

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. 4983/KOM-D/SD-SI/2021

**ANALISIS ISI EDITORIAL PEMBERITAAN PASCA-PILPRES 2019
DI HARIAN MEDIAINDONESIA.COM DAN TEMPO.CO
PERIODE APRIL-MEI 2019**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I Kom)

Oleh:

DINDA OKTAVIA PARAWANSYAH
NIM.11643201403

UIN SUSKA RIAU

KONSENTRASI JURNALISTIK

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2021



Hak
1. Di

©
T



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO Box 1004 Telp. 0761-562223
Fax 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail, iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan sepenuhnya terhadap penulisan skripsi saudara:

NAMA : DINDA OKTAVIA PARAWANSYAH
NIM : 11643201403
PRODI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS ISI EDITORIAL PEMBERITAAN PASCA-PILPRES 2019 DI HARIAN MEDIAINDONESIA.COM DAN TEMPO.CO PERIODE APRIL-MEI 2019

Kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih banyak.

Wassalamu'alaikum. Wr.Wb.

Pembimbing

Dr. Elfiandri, M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 1999603 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Dinda Oktavia Parawansyah
NIM : 11643201403
Judul : ANALISIS ISI EDITORIAL PEMBERITAAN PASCA-PILPRES 2019 DI HARIAN MEDIAINDONESIA.COM DAN TEMPO.CO PERIODE APRIL-MEI 2019

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 23 September 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 8 November 2021



Ketua/Penguji I,

Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Sekretaris/Penguji II,

Mustafa, M.I.Kom
NIK. 130 417 024

Penguji III,

Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si
NIP. 19740301 199903 2 002

Penguji IV,

Yantios, S.IP., M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PD.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Nama : Dinda Oktavia Parawansyah
NIM : 11643201403
Judul : "Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di
Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei
2019"

Telah diseminarkan pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 25 September 2020

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi. Selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 28 September 2020

Penguji Seminar Proposal

Penguji I

Febby Amelia Trisakti, M.Si
NIP. 199402132019032015

Penguji II

Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 198405042019032011

NIM : 11643201403



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO Box 1004 Telp. 0761-562223
Fax 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Dosen Pembimbing Skripsi

Pekanbaru, 28 Juni 2021

No : Nota Dinas
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di_ Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dengan Hormat,

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut:

Nama : Dinda Oktavia Parawansyah
NIM : 11643201403
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik

Dapat diajukan untuk menempuh Ujian Skripsi/ **Munaqasyah** guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **"Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019"**

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. Elfiandri, M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Dinda Oktavia Parawansyah

Prodi : Ilmu Komunikasi

NIM : 11643201403

Judul : Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019

Skripsi ini membahas *Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019*, dengan fokus pemberitaan setelah terlaksananya pemilihan umum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan media di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co melalui isi editorial dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019 edisi 18 April-27 Mei 2019. Unit populasi pada penelitian ini berjumlah 60 editorial sedangkan unit sampel pada penelitian ini berjumlah 24 editorial.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan kategori Objektivitas Media dimensi Netralitas McQuail yang terdiri 4 aspek yaitu; *Sensationalism*, *Stereotype*, *Juxtaposition* dan *Linkage*. Berdasarkan hasil penelitian, skors persentase frekuensi kategori Objektivitas Media dimensi Netralitas oleh McQuail yaitu 88% MediaIndonesia.com dan 12% Tempo.co. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kecenderungan editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019 mendapatkan penilaian cenderung **Sangat Tidak Netral** untuk MediaIndonesia.com dan cenderung **Sangat Netral** untuk Tempo.co.

Kata kunci: Analisis Isi, Editorial, Pemilu Presiden Indonesia, Objektivitas Media, Netralitas Media

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Title : Analysis of Editorial Content for Post-Presidential Election 2019 News in MediaIndonesia.com and Tempo.co Daily for April-May 2019 Period

This thesis examines the Editorial Content Analysis for Post-Presidential Election 2019 News in MediaIndonesia.com and Tempo.co for the period April- May 2019, with a focus on coverage after the general election. The aim of this research was to determine the media trend on MediaIndonesia.com and Tempo.co across editorial content in the post-presidential election 2019 edition, which ran from April 18 to May 27, 2019. The population unit in this study was 60 editorials, while the sample unit was 24 editorials. This study employs a quantitative content analysis method in conjunction with a descriptive approach. This study employs McQuail's Neutrality dimension of Media Objectivity, which consists of four aspects: sensationalism, stereotyping, juxtaposition, and linkage. According to the research's findings, McQuail's percentage frequency of Media Objectivity in the Neutrality dimension was 88% for MediaIndonesia.com and 12% for Tempo.co. This demonstrates that the editorial tendency of the post-2019 presidential election news in MediaIndonesia.com and Tempo.co for the April-May 2019 period was rated as tending to be very non-neutral for MediaIndonesia.com and tending to be very neutral for Tempo.co.

Keywords: Content Analysis, Editorial, Indonesian Presidential Election, Media Objectivity, Media Neutrality

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya dengan judul ***Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019***. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk moril maupun materil, secara langsung maupun tidak langsung. Terutama ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Masduki M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, S.Pd, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Toni Hartono, S.Ag, M.Si selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan motivasi kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Efiandri, M.Si selaku Pembimbing yang telah memberikan saran, arahan dan motivasi kepada peneliti.
6. Terima kasih kepada seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Teristimewa kepada orang tua tercinta yakni, Ayahanda M. Yazied dan Ibunda tercinta Rahmawati Sari yang telah berjuang untuk menguliahkan peneliti. Berkat doa dan semangatnya, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Demikian pula, terima kasih kepada seluruh sanak-saudara, Pakde Edi Hariyanto dan Bude Ismaidar Kurniasih, Om Siswanto dan Bulek Astuti Fatimah yang telah mengasuh dan mendidik peneliti selama berada di Pekanbaru.
8. Terima kasih kepada seluruh wartawan Bertuahpos.com yang telah memberikan ilmunya dilapangan terkhusus bang Melba yang telah membantu peneliti dalam mengisi coding sheet.
9. Terima kasih kepada abang terbaik, Teguh Susilo, S.P yang telah membantu, menolong dan menemani peneliti selama menyelesaikan skripsi.
10. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan, Riana Sa'adah, Yelmi Rahayu, Chrisna Dwi Pujianti, Qori Khairiah, Ameliza Putri, dan Deby Yusifa, yang terus memotivasi dan mendukung peneliti selama menyelesaikan skripsi.
11. Terima kasih kepada teman-teman kelas Jurnalistik A yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Semoga sukses untuk kita semua.
12. Terakhir, ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan melimpahkan nikmat-Nya kepada kita semua. Aamiin ya Rabbal'alaamiin.
13. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, sehingga peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang jurnalistik.

Pekanbaru, 3 Desember 2021

Dinda Oktavia Parawansyah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Identifikasi Masalah	9
D. Batasan Masalah.....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Terdahulu	12
B. Landasan Teori.....	20
C. Konseptualisasi Variabel	43
D. Operasional Variabel.....	44
E. Kerangka Pikir.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Desain Penelitian.....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
C. Unit Populasi dan Unit Sampel	51
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
F. Teknik Analisis Data	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM	58
A. Profil Mediaindonesia.com	58
B. Profil Tempo.co.....	66
C. Pemilu.....	77
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	86
A. Hasil Penelitian	86
B. Pembahasan.....	102
BAB VI PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	119

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Indikator Kategori Unit Penelitian Netralitas McQuail	44
Tabel 2.2	Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.1	Jumlah Keseluruhan Editorial.....	52
Tabel 5.1	Data Hasil Koding 1	87
Tabel 5.2	Data Hasil Koding 2.....	88
Tabel 5.3	Data Hasil Koding 3.....	89
Tabel 5.4	Data Hasil Koding 4.....	90
Tabel 5.5	Data Hasil Koding 5.....	91
Tabel 5.6	Data Hasil Koding 6.....	92
Tabel 5.7	Data Hasil Koding 7.....	93
Tabel 5.8	Data Hasil Koding 8.....	95
Tabel 5.9	Data Hasil Koding 9.....	96
Tabel 5.10	Data Hasil Koding 10.....	97
Tabel 5.11	Data Hasil Koding 11	98
Tabel 5.12	Data Hasil Koding 12.....	99
Tabel 5.13	Data Hasil Analisis	100
Tabel 5.14	Uji Reliabilitas Antar Coder MediaIndonesia.com.....	102
Tabel 5.15	Uji Reliabilitas Antar Coder Tempo.co.....	103
Tabel 5.16	Rekapitulasi Hasil Analisis MediaIndonesia.com... ..	105
Tabel 5.17	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Onjektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Sensationalism</i> MediaIndonesia.co.....	106
Tabel 5.18	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Onjektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Stereotype</i> MediaIndonesia.com.....	106
Tabel 5.19	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Onjektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Juxtaposition</i> MediaIndonesia.com.....	107
Tabel 5.20	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Onjektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Linkage</i> MediaIndonesia.com.....	107

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

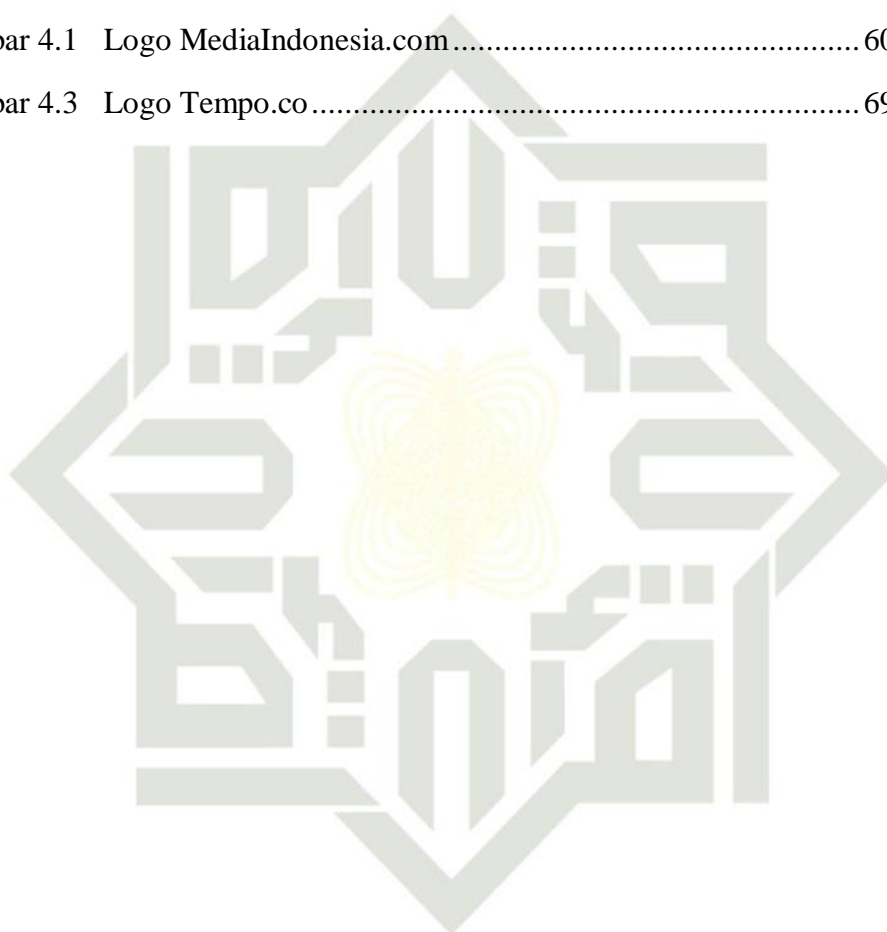
Tabel 5.21	Rekapitulasi Hasil Analisis Tempo.co.....	108
Tabel 5.22	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Objektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Sensationalism</i> Tempo.co.....	108
Tabel 5.23	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Objektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Stereotype</i> Tempo.co.....	109
Tabel 5.24	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Objektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Juxtaposition</i> Tempo.co.....	109
Tabel 5.25	Rekapitulasi Hasil Analisis Kategori Objektivitas Media (Netralitas McQuail) Unit Analisis <i>Linkage</i> Tempo.co.....	109
Tabel 5.26	Perbandingan Persentase Objektivitas Media.....	110
Tabel 5.27	Perbandingan Frekuensi Objektivitas Media.....	111

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Objektivitas Westerstahl	37
Gambar 2.2	Komponen Aspek Netralitas.....	41
Gambar 2.3	Kerangka Pikir	48
Gambar 4.1	Logo MediaIndonesia.com.....	60
Gambar 4.3	Logo Tempo.co.....	69



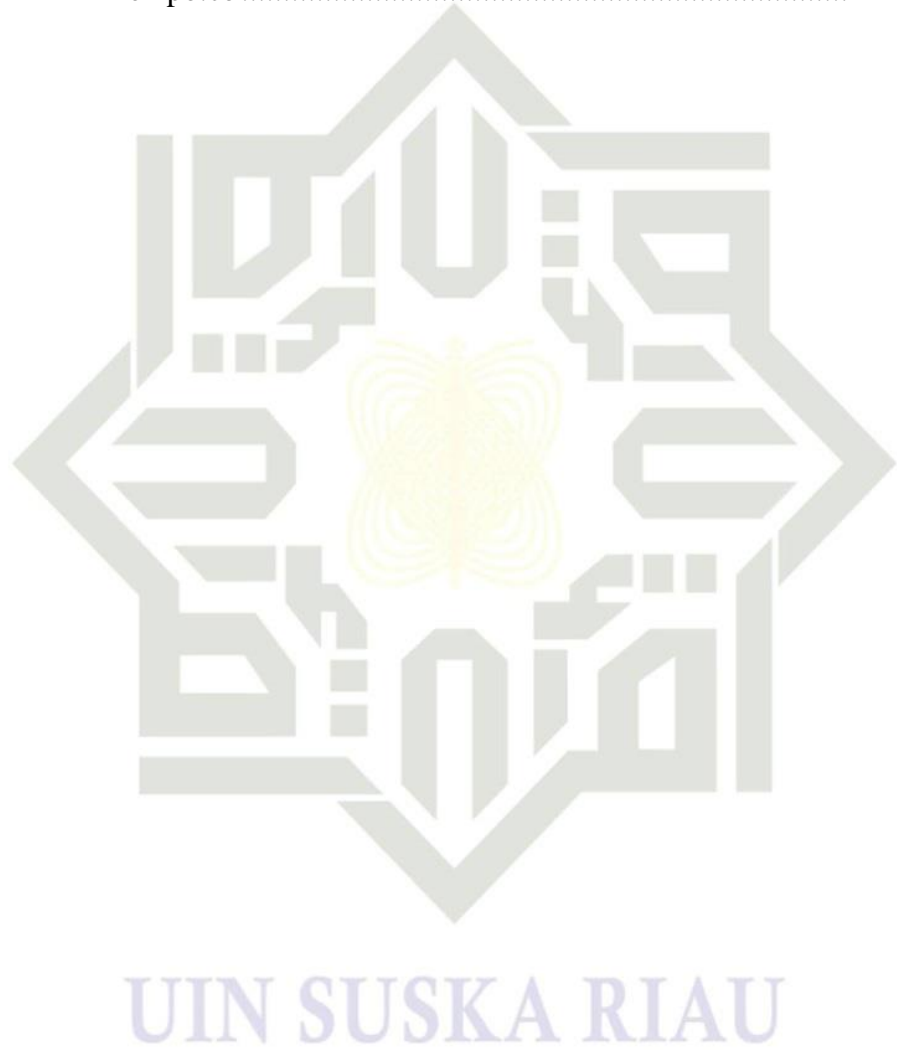
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1	Perbandingan Persentase Frekuensi Penilaian Objektivitas Media (Netralitas McQuail) MediaIndonesia.com dan Tempo.co	112
------------	---	-----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kondisi politik Indonesia pada tahun 2019 sempat memanas dengan adanya pesta demokrasi pemilihan umum serentak calon Legislatif dan calon Presiden di Indonesia. Ketua Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Abhan mengatakan, dinamika pesta demokrasi itu bahkan menyeret rakyat pada keterbelahan dan bahaya perpecahan.¹

Tak dapat dipungkiri, Pemilihan Presiden kali ini sangat menyedot perhatian masyarakat, terlebih dua pasang calon presiden ini pernah bersaing di 2014 silam. Sehingga pemilihan calon presiden dan wakil presiden di tahun ini sangat ditunggu-tunggu para pendukungnya. Terbukti dari partisipasi masyarakat yang memilih pada tahun 2019 ini mengalami peningkatan. Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) Viryan Azis menyebutkan, partisipasi memilih pada Pemilu 2019 meningkat dibandingkan pemilu sebelumnya. Jika dibandingkan 2014, peningkatan angka partisipasi hampir 10%.²

Melihat banyaknya kontroversi pada pemilu kali ini, maka media massa Indonesia pun tak tinggal diam, berbagai media menyajikan pemberitaan yang beragam seputar Pemilu 2019 ini. Mulai dari masa kampanye, penetapan pasangan calon presiden dan wakil presiden, hingga masa pemilihan dan pelantikan. Pentingnya momen Pemilu serentak 2019, hampir seluruh media massa di Indonesia baik cetak, elektronik, hingga *cyber* menyajikan berbagai informasi terkait pemilu ini, terutama pemberitaan terkait pemilihan calon presiden dan wakil presiden. Contohnya pada kedua Harian Nasional MediaIndonesia.com dan Tempo.co, menampilkan banyak editorial dengan mengangkat tema pemberitaan pasca-Pemilu khususnya pemberitaan Pilpres.

¹Media, Kompas Cyber. "Bawaslu Tak Ingin Tajamnya Dinamika Pilpres 2019 Berlanjut di Pilkada 2020." KOMPAS.com. Diakses 27 September 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/01/09473301/bawaslu-tak-ingin-tajamnya-dinamika-pilpres-2019-berlanjut-di-pilkada-2020>.

²KPU Sebut Partisipasi Memilih pada Pemilu 2019 Capai 81 Persen." Diakses 27 September 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/27/16415251/kpu-sebut-partisipasi-pemilih-pada-pemilu-2019-capai-81-persen>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terhitung terdapat 41 editorial pemberitaan pasca-Pemilu khususnya pemberitaan Pilpres 2019 dalam kurun waktu 2 bulan penerbitan dari April hingga Mei 2019 yang diterbitkan oleh MediaIndonesia.com dan Tempo.co. Total editorial dengan tema yang sama terbilang cukup banyak dengan jangka waktu hanya 2 bulan. Media Indonesia dan Tempo menganggap isu pemilihan presiden penting dikalangan masyarakat luas. Sehingga menyajikan pandangannya melalui sikap resmi media yaitu berupa editorial.

Politik dan media menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Seiring dengan banyaknya kepentingan politik dan ideologi kepemilikan, media menjadi sebuah pusuar untuk mempromosikan calon-calon pemimpin Indonesia 5 Tahun mendatang. Dalam menyampaikan sebuah berita, media harus memiliki nilai kualitas yang baik, serta harus diperiksa secara teliti kebenarannya.

Pemberitaan mengenai Pemilihan Presiden cenderung membawa pemikiran masyarakat untuk menilai pasangan calon presiden sesuai penilaian media. Media menjadi salah satu tolak ukur untuk mengetahui kualitas pasangan calon presiden untuk Indonesia. Tujuan kepentingan ini terbalut dalam sebuah berita dengan pemilihan judul serta isi yang mempromosikan dan memberi informasi yang mendukung atau tidak mendukung terhadap pasangan calon presiden sesuai dengan pandangan media. Walaupun masih terdapat beberapa pemberitaan yang cenderung netral.

Persoalan terkait Pemilu terkhusus Pemilihan Presiden Indonesia menjadi isu terhangat yang selalu disajikan oleh media, baik cetak, elektronik, hingga *cyber*. Berbagai pandangan dibentuk sesuai keinginan masing-masing media. Sehingga masyarakat yang seharusnya mendapatkan informasi yang nyata mengenai Pemilihan Presiden kurang mendapatkan kelayakan pemberitaan, terkesan membentuk sebuah opini bukan realita yang terjadi.

Media massa turut aktif dalam perkembangan kondisi politik di Indonesia, berbagai macam kepentingan dan sudut pandang dalam pemberitaan politik menjadi hal yang sangat sensitif. Dalam hal ini, media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan berita dan menjadi salah satu sumber informasi politik di masyarakat Indonesia. Media juga dapat menggiring opini masyarakat sesuai dengan keinginan media tersebut. Menurut Liliweri salah satu peran media massa dalam kehidupan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia adalah untuk memberikan informasi dan membantu mengetahui secara jelas segala ihwal tentang dunia sekelilingnya.³

Seperti yang kita ketahui bahwa hampir semua media massa baik cetak maupun elektronik sebagai institusi penerbitan dan penyebar informasi, menggunakan istilah tajuk rencana dalam rubrik opini mereka. Pada beberapa media terdapat rubrik opini dengan istilah sendiri-sendiri, atau pun dengan nama yang berbeda-beda. Ada yang menggunakan tajuk rencana, editorial, fokus, salam tribun, tajuk, redaksi menulis, beranda, dan lain-lain. Apapun namanya tergantung dari pengelola medianya sendiri-sendiri. Tajuk rencana merupakan jantung atau sikap resmi dari sebuah media penerbitan.⁴

Tajuk rencana merupakan bagian yang tradisional dari surat kabar. Dalam radio dan televisi, tajuk rencana tidak begitu menonjol dan mendarah-daging. Bahkan dalam surat kabar, tajuk rencana baru muncul sekitar seabad lalu yang dimulai di Amerika. Pada saat itulah penulisan tajuk rencana ditemukan dan menjadi terkenal ketika konsep penulisan berita secara objektif mulai menjadi keharusan.⁵

Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Opini yang ditulis pihak redaksi diasumsikan mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi media bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan media berkala.⁶

Menurut Pujanarko, tajuk rencana mempunyai beberapa sifat diantaranya: krusial dan ditulis secara berkala, isinya menyikapi situasi yang berkembang di masyarakat luas, memiliki karakter atau konsistensi yang teratur, kepada para pembacanya, dan terkait erat dengan *policy* media atau kebijakan media yang bersangkutan. Karena setiap media mempunyai perbedaan iklim tumbuh dan berkembang dalam kepentingan yang beragam, yang menaungi media tersebut (Kabar Indonesia, 2008).

³ Alo Liliweri, *Memahami Peran Komunikasi Dalam Masyarakat*, Bandung, Rosdakarya, 1996:42

⁴ Baharuddin Dollah. "Kecenderungan Isi Tajuk Rencana Surat Kabar: Media Indonesia, Fajar, dan Tribun Timur Periode Desember 2013." *April 2014* Vol. 17 No. 1 (22 April 2014): 55.

⁵ Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hlm 248.

⁶ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita & Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2014, hlm 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya, tajuk rencana menurut Iriantoro (2005:155-170) adalah opini media terhadap satu permasalahan. Bisa menjelaskan duduk perkara, bisa juga memberikan pertimbangan moral, mempengaruhi pandangan orang terhadap satu permasalahan aktual yang biasanya mengundang berbagai pandangan (kontroversial).

Melihat pentingnya keberadaan sebuah tajuk rencana atau editorial dalam setiap penerbitan maupun suatu penyiaran, maka sangat perlu dilihat lebih jauh netralitas suatu tajuk rencana atau editorial dalam menyikapi suatu isu. Tak dapat dipungkiri saat ini banyak media partisan yang berdiri. Media partisan yaitu media yang lebih mengedepankan pemberitaan sesuai kepentingan kelompok yang dibelanya, bahkan isi beritanya cenderung mengabaikan aspek jurnalistik. Jika menemukan kesalahan kelompok yang tidak sepaham makan akan diberitakan dengan bombastis. Sebaliknya jika kesalahan ada pada kelompoknya maka akan ditutup-tutupi.

Ada dua peran yang dimainkan oleh media, pertama, media adalah sumber dari kekuasaan hegemonik, di mana kesadaran khalayak dikuasai. Kedua, media juga bisa jadi sumber legitimasi, di mana lewat media mereka berkuasa dapat memupuk kekuasaannya agar tampak absah dan benar (Sudibyo 2006).

UU Nomor 40 tahun 1999 mengatur bahwa pers nasional selain berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial juga melakukan kritik dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum. Cohen (1963) menyatakan bahwa media membentuk persepsi atau pengetahuan publik tentang apa yang dianggap penting. Tingkat pentingnya suatu berita atau *issue* dapat ditunjukkan dengan menampakkan yang menonjol halaman pertama (*headline*), judul yang mencolok, rubrik-rubrik utama atau penyajian yang memiliki nilai berita yang tinggi (Hamidi, 2007:81).

Seperti yang dituliskan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya “Sembilan Elemen Jurnalisme” dimana pada poin kedua yaitu Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat. Yang artinya salah satu komitmen yang harus dipegang teguh seorang jurnalis adalah tidak boleh berpihak kepada siapapun (netral), baik itu penguasa maupun pemilik media. Komitmen tersebut tak boleh luntur karena itulah dasar dari kepercayaan masyarakat kepada media yang dikonsumsi. Para pelaku media juga harus mendapat kepercayaan masyarakat bahwa berita yang dipublikasikan tidak diarahkan demi kepentingan iklan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seperti yang disebutkan di atas, menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kualitas pemberitaan politik khususnya Pemilihan Presiden 2019. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa netral media dalam menyajikan tajuk rencananya pada pemberitaan pasca-Pemilu khususnya Pemilihan Presiden 2019. Untuk memudahkan penelitian ini, peneliti mengukur netralitas dengan menggunakan kategori Objektivitas Media dilihat dari Netralitas oleh McQuail. Netralitas dapat diukur berdasarkan empat hal yaitu *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*.⁷

Alat ukur di atas sudah sering digunakan oleh peneliti terdahulu. Jika biasanya peneliti sebelumnya banyak menganalisis isi berita dari suatu media, maka pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis isi dari editorial/tajuk rencana dari suatu media. Sebelumnya juga sudah banyak yang meneliti editorial/tajuk rencana suatu media, namun penelitian para peneliti terdahulu hanya melihat kecenderungan tema apa yang diangkat pada editorial. Selain itu, juga hanya meneliti karakteristik penulisan dan sebagainya. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini ingin mengetahui seberapa netral suatu media melalui isi editorialnya. Dimana belum ada peneliti terdahulu yang menganalisis netralitas suatu editorial/tajuk rencana.

Beragam perusahaan media cetak tumbuh dan berkembang di Indonesia. Munculnya media massa di Indonesia diakibatkan karena besarnya kebutuhan masyarakat akan perkembangan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di masyarakat baik secara nasional dan internasional. KOMPAS, TEMPO, REPUBLIKA, SINDO, MEDIA INDONESIA, KUMPARAN dan beragam media lainnya menjadi sarana masyarakat untuk mengetahui perkembangan informasi terkini terkait Pemilu khususnya Pemilihan Presiden 2019.

Alasan peneliti memilih Tempo.co dan Harian MediaIndonesia.com karena, *pertama*, kedua media ini merupakan media besar di Indonesia yang memiliki penyebaran nasional serta dikenal masyarakat luas sebagai sumber informasi dalam perkembangan politik di Indonesia. *Kedua*, Media Indonesia dan Tempo memiliki pandangan, sikap, karakteristik, pemilihan tema, serta gaya penulisan yang berbeda dalam menyajikan editorial atau sikap resmi media tersebut pada tema Pemilu khususnya pasca-Pilpres 2019. *Ketiga*, kedua media ini cukup

⁷ Rahayu, *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, (Pusat Kajian Media dan Budaya Populer: Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi, 2006, 10)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyak mengangkat tema pasca-Pilpres 2019 pada editorialnya selama edisi April-Mei 2019.

Editorial pada media sangatlah penting, karena merupakan jantung atau sikap resmi dari media itu sendiri. Apabila editorial atau tajuk rencana pada suatu media sudah memihak maka sangat mungkin pemberitaannya pun akan memihak juga. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian terhadap sikap profesional kedua media nasional tersebut terhadap isu Pilpres 2019.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019.**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dari judul penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang sangat perlu agar tidak terjadi penafsiran ganda yang dapat membiaskan makna istilah tersebut.

1. Editorial/Tajuk Rencana

Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Opini yang ditulis pihak redaksi diasumsikan mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi media bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan media berkala.⁸

Dr. Lyle Spencer, dalam bukunya *“Editorial Writing”* mendefinisikan sebagai berikut, tajuk rencana adalah penyajian fakta dan opini yang disusun secara ringkas, logis dan menyenangkan untuk menghibur, mempengaruhi opini atau menginterpretasikan berita penting sedemikian rupa sehingga yang pentingnya itu menjadi jelas bagi rata-rata pembaca (Effendy, 2000:134).

2. Pemberitaan

Pengertian pemberitaan menurut William S. Maulsby dalam Purnama Kusumaningrat (2010:1) adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat

⁸ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita & Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2014, 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hal tersebut. Secara tidak langsung dalam pengertian ini media massa harus bertindak sesuai dengan kaidah Jurnalistik pemberitaan. Media harus bersikap netral tanpa ada embel-embel suatu kepentingan politik, atau disusupi oleh para elite politik yang berkuasa.

3. Pasca-Pilpres

JS Badudu dalam Kamus Kata-kata Serapan Asing dalam Bahasa Indonesia (2003) terdapat entri “pasca-“ yang dilengkapi dengan keterangan “Sans” yang bermakna berasal dari bahasa Sansekerta. “Pasca-“ menurut Badudu bermakna ‘sesudah, bakda (Arab)’. Sementara itu, Kamus Dewan (Iskandar, 1984) juga telah memasukkan entri “pasca-“. Uniknya, Kamus Dewan mengakui “pasca-“ sebagai kata serapan dari bahasa Indonesia, menambahkan keterangan “Id” di entri “pasca-“ yang bermakna ‘setelah’.⁹

Pengertian Pilpres sendiri sudah termuat dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang “Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden” dan tercantum dalam Pasal 1 Ayat 1 yaitu Tentang Ketentuan Umum yang berbunyi: Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Jadi Pasca-Pilpres diartikan sebagai setelah proses Pemilihan Presiden.

4. Netralitas

Netralitas berakar dari kata netral (*neutral*). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian netral adalah tidak berpihak (tidak ikut atau tidak membantu salah satu pihak). Netralitas media artinya ketidakberpihakan media.

Oxford Advanced Learner's Dictionary dalam (Shafat, 2008:15) menyebutkan, pengertian netralitas adalah keadaan tidak membantu salah satu pihak dalam kesepakatan, kompetisi, dan sebagainya.

5. Media Indonesia

Media Indonesia merupakan koran nasional yang terbit sejak 19 Januari 1970. Awalnya Media Indonesia hanya terdiri dari empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Kantor pertamanya saat itu beralamat di

⁹ Liputan6.com. “KOLOM BAHASA: Pasca- dan Kebingungan Penulisan Bentuk Terikat.” liputan6.com, January 21, 2017. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2831885/kolom-bahasa-pasca-dan-kebingungan-penulisan-bentuk-terikat>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dengan lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia.¹⁰

Pada 1987, pendiri Media Indonesia Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Surya Paloh, mantan pemimpin surat kabar Prioritas. Dari kerja sama itu lahirlah Media Indonesia dengan manajemen baru di bawah PT Citra Media Nusa Purnama. Surya Paloh menjabat direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum.¹¹

6. Tempo.co

Tempo.co (sebelumnya bernama Tempointeraktif) ialah sebuah portal web berita dan artikel daring yang dihadirkan oleh PT Tempo Inti Media, Tbk. Isi berita dibagi berdasarkan jenis-jenis berita, antara lain: nasional, metro, bisnis, olahraga, teknologi, gaya hidup, internasional, seni dan hiburan, selebritas, dan otomotif.

Pendirian majalah Tempo pada 1971 diawali perundingan enam orang wartawan. Goenawan Mohamad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christianto Wibisono, berunding dengan Ciputra selaku pendiri/ketua Yayasan Jaya Raya, serta Eric Samola yang menjabat sebagai sekretaris. Pada pertumbuhannya, Tempo mengalami pemberedelan selama dua kali karena dianggap terlalu tajam mengkritik rezim Orde Baru.¹²

Sejak 2008, Tempo.co telah lahir kembali dengan wajah baru dan sajian berita yang berkualitas. Tempo berupaya menerapkan standar tinggi jurnalisme dalam meliput peristiwa dan menuliskannya secara tajam, cerdas dan berimbang. Hingga menjadikan Tempo sebagai pionir portal berita sejak 1995 di Indonesia.¹³

¹⁰ "Tentang Kami - Media Indonesia." Accessed April 8, 2020.

<https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>.

¹¹ "Tentang Kami - Media Indonesia." Accessed April 8, 2020.

<https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>.

¹² Products, Tempo-Digital Sales. "Tempo - Digital Sales Products." Diakses 23 September 2020.

<https://www.tempo.id/corporate.php#sejarah>.

¹³ "Tentang Kami - Tempo.Co." Diakses 6 Agustus 2020. <https://www.tempo.co/about>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, ditemukan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Banyak media saat ini sudah menjadi media partisan dimana informasi yang diberitakan oleh mereka sudah berpihak kepada sebagian kelompok atau menguntungkan sebagian kelompok saja.
2. Banyak media yang terikat oleh ideologi sang pemilik media.
3. Adanya pertimbangan ekonomi (bisnis) dan politik pada sikap media.
4. Munculnya pemberitaan simpang siur yang kurang objektif pasca-Pilpres sehingga memunculkan sikap dalam bentuk editorial pada media berpihak.
5. Bagaimana netralitas editorial Media Indonesia dan Tempo.co pemberitaan pasca-Pilpres periode April-Mei 2019.

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka peneliti merasa perlu untuk membatasi masalah terkait subjek penelitian. Subjek atau sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah seluruh editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co periode 18 April-27 Mei 2019. Editorial/tajuk rencana tentang pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di luar periode tersebut maka tidak termasuk dalam penelitian ini. Adapun editorial/tajuk rencana yang ada di dalamnya meliputi segala hal tentang pemberitaan pasca-Pilpres 2019, termasuk di dalamnya; editorial pemberitaan persaingan antar kedua paslon, editorial pemberitaan tuduhan kecurangan komisi pemilu oleh salah satu paslon, editorial pemberitaan propaganda kecurangan pemilu, editorial pemberitaan kelalaian hitung komisi pemilu, editorial pemberitaan kemenangan Jokowi, dan lainnya. Editorial/tajuk rencana di luar dari pembahasan pasca-Pilpres 2019, tidak termasuk dalam penelitian ini. Penelitian ini mengkaji netralitas kedua media tersebut melalui isi editorial/tajuk rencananya dengan menggunakan analisis kuantitatif kategori opini/tajuk rencana media dan kategori netralitas McQuail.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka penelitian ini difokuskan pada aspek netralitas dari Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019. Dengan demikian, untuk mempermudah pembahasan, maka penulis memberikan masalah pokok yang diangkat yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bagaimanakah kecenderungan editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co edisi 18 April-27 Mei 2019?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui kecenderungan media di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co melalui isi editorial/tajuk rencananya dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019 edisi 18 April-27 Mei 2019.

G. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna dalam menambah pengetahuan akademik dan menjadi salah satu referensi dalam pemahaman analisis isi editorial. Memberikan sumbangan pemikiran bagi khazanah keilmuan, khususnya dalam persoalan ilmu komunikasi dan jurnalistik terutama bidang kajian analisis isi (*content analysis*) media massa pada umumnya dan khususnya penerbitan surat kabar, serta dapat dijadikan bahan rujukan dalam kajian analisis isi tajuk rencana.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa konsentrasi jurnalistik serta diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif dalam studi tentang analisis isi berita saat ini dan menjadi sumber pengetahuan masyarakat mengenai bagaimana kualitas pemberitaan politik yang disajikan oleh media massa di Indonesia.

H. Sistematika Penulisan

Dalam mengerjakan penelitian ini ada beberapa sistematika penulisan tersusun dari masing-masing bab agar penulis terarah. Maka penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dilakukan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang kajian teori, kerangka pikir, dan kajian terdahulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang dipakai, terdiri dari jenis dan pendekatan, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM

Pada bab ini membahas tentang deskripsi umum tempat penelitian, dalam hal ini tempat penelitiannya adalah MediaIndonesia.com dan Tempo.co.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas gambaran umum penelitian dan pembuatan hasil dari penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**


 UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk mencari perbandingan. Lalu menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu kajian terdahulu membantu peneliti dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian.

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang secara tidak langsung memiliki keterkaitan dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan, dan kemudian memaparkan ringkasannya. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Kajian yang memiliki relasi atau keterkaitan dengan kajian ini antara lain:

1. Skripsi karya Putri Ayu Ramadhani dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul ANALISIS ISI PEMBERITAAN PILKADA DKI JAKARTA PUTARAN KEDUA DI SURAT KABAR HARIAN MEDIA INDONESIA DAN SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA. Penelitian ini meneliti pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran kedua yang diselenggarakan pada tanggal 19 April 2017, dimana banyak pro dan kontra yang berkembang di kalangan media terutama media cetak nasional seperti Media Indonesia dan Republika. Kedua media tersebut menyajikan satu halaman Rubrik khusus di halaman 3 terkait Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi pendekatan deskriptif dengan mengkaji kualitas pemberitaan professional media dalam memberitakan isu Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua yang disajikan secara khusus di halaman 3. Pengukuran kualitas berita pada penelitian tersebut menggunakan kategorisasi media performance yang di kembangkan oleh Denis McQuail (1992). Media performance merupakan alat ukur untuk mengevaluasi professional media dalam menyajikan pemberitaan. Selain mengukur kualitas pemberitaan, penelitian tersebut juga menganalisis isi sikap penulisan Media Indonesia dan Republika terhadap pemberitaan Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua, yang terdiri dari 3 kategorisasi yaitu, menguntungkan (favourable), tidak menguntungkan (unfavourable), dan netral. Terdapat 6 dimensi kategorisasi media performance dalam penelitian ini, yaitu faktual,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akurasi, kelengkapan, relevansi, keseimbangan, dan netralitas yang menjadi tolak ukur penelitian.

Hasil analisis menunjukkan, sikap penulisan pemberitaan Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua yang tidak netral (menguntungkan dan tidak menguntungkan) memiliki frekuensi lebih tinggi dibanding pemberitaan yang netral pada Media Indonesia dan Republika, yaitu netral 40% untuk Media Indonesia dan 44 % Republika. Tidak Netral memiliki presentase sebesar 60% untuk Media Indonesia dan 56% untuk Republika. Hasil analisis media performance mendapatkan penilaian yang cukup untuk kedua media dengan skor presentase 61,77% untuk Media Indonesia dan 66,48% untuk Republika.

2. Skripsi karya Shinta Silvia Novianna dari Universitas Lampung yang berjudul **KEBERPIHAKAN MEDIA CETAK LAMPUNG POST DAN TRIBUN LAMPUNG PADA PEMBERITAAN KAMPANYE PEMILIHAN GUBERNUR LAMPUNG TAHUN 2018**. Media cetak Lampung Post dan Tribun Lampung merupakan dua media cetak besar di Lampung yang dituntut untuk netral dalam pemberitaan kampanye calon gubernur Lampung dan wakil gubernur Lampung Tahun 2018. Realitas menunjukkan bahwa media cetak pada pemilihan gubernur cenderung tidak netral dan berpihak kepada salah satu calon. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan netralitas media cetak Lampung Post dan Tribun Lampung pada pemilihan Gubernur Tahun 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan didukung oleh dokumentasi dan hasil wawancara dengan informan yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media Lampung Post dan Tribun Lampung terindikasi ketidaknetralan berdasarkan teori netralitas. Media Lampung Post dan Tribun Lampung terindikasi tidak berimbang dan tidak adil dalam menyajikan berita masing-masing pasangan calon gubernur Lampung Tahun 2018, karena kedua media cetak tersebut tidak memberikan porsi pemberitaan yang seimbang untuk setiap pasangan calon. Berdasarkan indikator ketidak-berpihakan, kedua media cetak tersebut hanya dominan memberitakan salah satu pasangan calon secara positif, tetapi berdasarkan indikator objektivitas, media cetak Lampung Post dan Tribun Lampung tergolong sebagai media yang objektif dalam memberitakan setiap pasangan calon gubernur dan calon wakil gubernur Lampung Tahun 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Skripsi Gala Fauzi Pratama dari Universitas Sebelas Maret yang berjudul NETRALITAS MEDIA TERHADAP PENETAPAN UNDANG-UNDANG 2014 (Studi Analisis Isi tentang Netralitas Dalam Pemberitaan Penetapan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah 2014 pada Surat Kabar Harian Kompas dan Suara Merdeka Periode 27 September- 23 Oktober 2014). Netralitas media massa dalam memberitakan seputar Penetapan UU Pilkada sangat diutamakan, dimana masyarakat dapat menentukan pihak mana yang menerapkan arah demokrasi. Penelitian ini untuk mengetahui netralitas media surat kabar harian Kompas dan Suara Merdeka dalam menyajikan berita tentang penetapan UU PILKADA 2014 melalui kategori sensationalism, stereotype, junxtaposition, linkage, netral. Penelitian ini ingin melihat bagaimana netralitas media massa terhadap pemberitaan penetapan UU Pilkada 2014.

Penelitian ini dilakukan pada Harian Kompas dan Suara Merdeka antara periode 27 September-23 Oktober 2014 dengan menggunakan teknik analisis isi. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pemberitaan dalam Harian Kompas dan Suara Merdeka periode 27 September-23 Oktober 2014 sejumlah 49 berita. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak terlalu besar sehingga sensus dipilih dalam penelitian ini. Untuk melihat apakah media (Kompas dan Suara Merdeka) netral atau tidak maka digunakan aspek netralitas oleh McQuail yaitu berdasarkan kategori sensationalism, stereotype, junxtaposition, dan linkage untuk mengukurnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus Uji Chi Square dan Uji Reliabilitas dengan rumus Holsty. Hasil penelitian dengan Chi Square dan Reliabilitas menunjukkan Harian Kompas dan Suara Merdeka belum sepenuhnya netral. meskipun dari hasil penelitian yang telah dilakukan hanya beberapa berita yang memasukkan kategori netralitas McQuail (sensationalism, stereotype, junxtaposition, dan linkage) namun tetap menjadikan berita tersebut menjadi tidak netral.

4. Skripsi karya Chevi Azmi Damara dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berjudul TEKNIK ANALISIS ISI BERITA BASUKI TJAHAJA PURNAMA SEBELUM DAN SESUDAH PILKADA DKI JAKARTA PUTARAN II (Analisis Isi Berita di Surat Kabar Media Indonesia dan Republika Periode 13 April – 26 April 2017) Penelitian ini dilakukan untuk melihat kecenderungan isi berita di surat kabar terkait pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok seminggu sebelum dan seminggu sesudah Pilkada Putaran II. Penelitian ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan dengan metode analisis isi kuantitatif, dengan konsep kategori isi berita. Dimana kategori yang dimaksud tema berita, sumber berita, nada berita. Surat kabar yang diteliti adalah Media Indonesia dan Republika dengan periode penelitian tanggal 13 April – 26 April 2017. Menghasilkan populasi penelitian pada Media Indonesia sebanyak 33 berita, sedangkan pada Republika sebanyak 19 berita. Hasil dari penelitian ini adalah di Media Indonesia seminggu sebelum Pilkada tema berita yang paling dominan yakni mengenai keberhasilan Ahok memimpin Jakarta sebesar 29,4% dan kasus yang dialami Ahok 35,4% Sedangkan di Republika tema yang paling banyak yakni mengenai kasus penistaan agama sebesar 50%.

Hasil seminggu setelah Pilkada tema berita yang paling dominan masih tetap sama di Media Indonesia yakni mengenai kasus yang dialami Ahok 50% dan keberhasilan Ahok dalam memimpin Jakarta 30% Sedangkan di Republika tema yang paling banyak tetap berfokus mengenai kasus penistaan agama sebesar 44,4%. Hasil penelitian kedua kategori sumber berita seminggu sebelum Pilkada di Media Indonesia dominan dari Pemerintah 23,1% dan Ahok 17,9% sedangkan di Republika paling banyak dari Pemerintah 22,2% dan Organisasi Islam 22,2%. Hasil seminggu setelah Pilkada di Media Indonesia sumber berita paling banyak dari Ahok 25% sedangkan di Republika dari Organisasi Islam 25%. Hasil penelitian terakhir kategori nada berita seminggu sebelum Pilkada di Media Indonesia positif 62,5%, Negatif 12,5%, Netral 25% di Republika positif 16,6%, negatif 50%, netral 33,4%. Adapun seminggu setelah Pilkada di Media Indonesia positif 72,7%, Negatif 9,1%, Netral 18,2% di Republika positif 10%, negatif 50%, netral 40%. Kata Kunci : Analisis isi, Berita tentang Ahok, dan Media Cetak.

5. Skripsi Harya Rifky Pratama dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul OBJEKTIVITAS TEMPO.CO DALAM PEMBERITAAN JOKO WIDODO (Analisis Isi Kuantitatif Objektivitas Pemberitaan Joko Widodo Sebagai Calon Presiden 2019 Pada Tempo.co Periode Januari 2018-Agustus 2018). Pada penelitian ini, peneliti berusaha menjawab bagaimana objektivitas Tempo.co dalam memberitakan Joko Widodo sebagai calon presiden 2019, terlebih pada tahun 2014 Tempo memiliki kecenderungan mendukung Jokowi. Berita yang diteliti merupakan berita Joko Widodo yang berkaitan dengan aktivitasnya dalam menyambut Pilpres 2019 periode Januari 2018-Agustus 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

analisis isi kuantitatif dengan menggunakan teori Objektivitas Westerstahl.

Pada penelitian ini objektivitas Tempo.co dilihat melalui dua dimensi yakni factuality dan impartiality. Dimana pada dimensi factuality Tempo.co didominasi menggunakan fakta sosiologis sehingga berita yang disiarkan berdasarkan fakta selain itu sudah terpenuhinya nilai akurasi dengan adanya konfirmasi atau check and recheck pada beritanya. Sedangkan pada dimensi impartiality Tempo.co cenderung tidak cover both sides dikarenakan banyak pemberitaan yang diambil dari sudut pandang satu sisi saja, namun Tempo.co termasuk netral dalam penyajiannya karena tidak ditemukan unsur-unsur sensationalism, stereotypes, juxtaposition, linkages pada berita yang dapat mempengaruhi objektivitas beritanya.

6. Skripsi karya Dovania Tria Safitri dari Universitas Islam Indonesia yang berjudul SIKAP MEDIA NASIONAL TERHADAP ISU KEYAKINAN BERAGAMA DALAM PEMILUKADA DKI 2017 (Analisis Isi harian Kompas dan Republika periode 29 November 2016 – 30 Maret 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sikap media nasional terhadap isu keyakinan beragama dalam Pemilu DKI pada tahun 2017 di harian Kompas dan Republika periode 29 November 2016 hingga 30 Maret 2017. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme dan menggunakan teknik sampling yaitu sampel acak kluster (Cluster Random Sampling). Hasil Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita mengenai isu keyakinan beragama dalam harian Kompas dan Republika periode 29 November 2016 hingga 30 Maret 2017. Berdasarkan teknik tersebut, diperoleh unit analisis yaitu isi berita, kecenderungan berita, dan sikap media. Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan menyaring berita seputar isu keyakinan beragama dalam kedua objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pada media nasional Kompas terhadap isu keyakinan beragama dalam pilkada DKI 2017 lebih menunjukkan sikap favorable dengan persentase sebesar 75%, sedangkan untuk media nasional Republika sikap favorable mendapat persentase sebesar 52%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah media nasional Kompas lebih banyak memberitakan isu keyakinan beragama dalam pemilu DKI dengan sikap favorable dibandingkan dengan media nasional Republika. Hal itu juga membuktikan bahwa Kompas memberitakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

isu tersebut dengan sikap netral tanpa memihak satu golongan dan tidak banyak sensasionalisme yang muncul.

7. Skripsi Rizka Fajrianti dari Universitas Lampung yang berjudul NETRALITAS DAN INDEPENDENSI SURAT KABAR HARIAN LAMPUNG POST DAN RADAR LAMPUNG DALAM PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2015. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tuntutan media massa agar bersifat netral dan independen dalam pemberitaan kampanye Pemilihan Kepala Daerah tahun 2015. Realitas menunjukkan bahwa media massa pada pemilihan kepala daerah cenderung bias kepentingan politik dan memihak kepada kepentingan politik tertentu. Tujuan penelitian ini untuk melihat netralitas dan independensi surat kabar harian Lampung Post dan Radar Lampung dalam pemberitaan pemilihan walikota Bandar Lampung tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi karena sifatnya yang objektif sehingga tepat digunakan untuk melihat perbandingan dari kedua media. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua surat kabar harian tersebut menunjukkan adanya kecenderungan tidak netral dan independen. Berita politik seputar pemilihan kepala daerah pada Surat Kabar Harian Lampung Post sebanyak 70 berita dan Surat Kabar Radar Lampung sebanyak 62 berita yang diteliti.

Berdasarkan enam indikator yang digunakan, yaitu personalisasi pada Lampung Post sebanyak 52,8% dan Radar Lampung sebanyak 70,96%. Sensasionalisme pada Lampung Post sebanyak 32,8% dan Radar Lampung sebanyak 62,9%. Stereotype pada Lampung Post sebanyak 40% dan Radar Lampung sebanyak 46,7%. Juxtaposition/linkages pada Lampung Post sebanyak 18,57% dan Radar Lampung sebanyak 29,032%. Selain itu, keberimbangan dan akurasi terdapat 98,5% pada Lampung Post dan 95,16% di Radar Lampung. Sementara pada kategori pemisahan fakta dan opini, kedua surat kabar menunjukkan tidak ada percampuran fakta dan opini yaitu sebanyak 0%. Berdasarkan hasil koding menunjukkan Lampung Post lebih baik dibandingkan Radar Lampung dalam menerapkan netralitas dan independensi.

8. Jurnal Baharuddin Dollah dari Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar yang berjudul KECENDERUNGAN ISI TAJUK RENCANA SURAT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KABAR: MEDIA INDONESIA, FAJAR DAN TRIBUN TIMUR PERIODE DESEMBER 2013. Yang mana mendeskripsikan kecenderungan isi tajuk rencana atau editorial dari harian Media Indonesia, Fajar Makassar, Tribun Timur Makassar selama Desember 2012 yang dilihat dari beberapa hal, diantaranya; menurut pembidangnya, bentuk isi pemberitaannya, sasarannya, skala dan ruang lingkupnya, serta ulasannya terhadap suatu permasalahan, baik politik keamanan (polkam), pemerintahan, ekonomi dan industri (ekuin), sosial budaya (sosbud) serta kesejahteraan rakyat (kesra). Tipe penelitian ini adalah analisis isi. Populasi penelitian ini adalah seluruh tajuk rencana yang terbit setiap hari selama Desember 2012, yang dimuat dari tiga harian yakni sebanyak 73 tajuk rencana. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara mendokumentasi seluruh tajuk rencana. Data yang telah terkumpul selanjutnya dikoding dan ditabulasi serta dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan isi tajuk rencana di tiga harian tersebut mayoritas menyoroti bidang Polkam . dan sebagian besar isi tajuk rencana cenderung bersifat unfavourable dan cenderung didasarkan pada fakta nyata (psikologis).

9. Jurnal Ahmad Mulyana dan Dadan Iskandar dari Universitas Mercubuana Jakarta yang berjudul KECENDERUNGAN PENYAJIAN ISU POLITIK DALAM BERITA HARIAN KOMPAS PASCA PELANTIKAN PRESIDEN JOKOWI PERIODE DESEMBER 2014. Dinamika Pemilu dan Pilpres 2014 yang telah berlalu menggambarkan potret perilaku media massa, baik cetak seperti surat kabar maupun elektronik seperti televisi. Keberpihakan media terhadap masing masing kepentingan baik partai maupun calon presiden begitu gamblang terbelah dua antara Jokowi dan Prabowo. Hal itu terlihat dari cara bagaimana media mengemas berita-berita. Bagaimana kecenderungan penyajian pesannya, khususnya di Harian Kompas sebagai harian yang berskala nasional dan memiliki kredibilitas dan reputasi media yang baik. Adapun teori yang terkait adalah teori tentang konstruksi realitas media dan teori tentang pesan; dilihat dari himbauan, struktur, dan cara penyajiannya. Berdasarkan itu maka penelitian ini dilakukan dengan metode analisis isi secara kuantitatif. Dengan rumus Krippendorff.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata kecenderungan penyajian iklan secara gamblang menunjukan keberpihakan pada calon tertentu. Dan setelah Pilpres pun kecenderungan untuk mengarahkan Opini positif pada Presiden Jokowi tetap kentara. Tidak ada pola yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jelas dari penyajiannya tapi secara motif sangat jelas mengarahkan opini bahwa Jokowi harus dicitrakan secara positif. Saran dari penelitian ini adalah agar Kompas lebih mengedepankan independensi dan tidak menjadi surat kabar partisan.

10. Tesis **Supartinah** dari Universitas Sebelas Maret yang berjudul **NETRALITAS MEDIA MASSA TERHADAP PASANGAN CALON GUBERNUR JAWA TENGAH 2013** (Analisis Isi Berita Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah di Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas) Periode 11 April-26 Mei 2013. Penelitian ini ingin melihat bagaimana netralitas media massa terhadap pasangan calon Gubernur Jawa Tengah 2013. Penelitian tersebut dilakukan pada Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas antara periode 11 April-26 Mei 2013 dengan menggunakan teknik analisis isi. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pemberitaan dalam Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas periode 11 April-26 Mei 2013 sejumlah 229 berita. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak terlalu besar sehingga sensus dipilih dalam penelitian ini. Untuk melihat apakah media (*Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas*) netral atau tidak maka digunakan aspek netralitas oleh McQuail yaitu berdasarkan kategori *sensationalism, stereotype, juxtaposition, dan linkage* untuk mengukurnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus Uji Chi Square dan Uji Reliabilitas dengan rumus Holsty.

Hasil penelitian dengan Chi Square dan Reliabilitas menunjukkan Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas belum sepenuhnya netral. Meskipun dari hasil penelitian telah dilakukan hanya beberapa berita yang memasukkan kategori netralitas McQuail (*sensationalism, stereotype, juxtaposition, dan linkage*) namun tetap menjadikan berita tersebut menjadi tidak netral.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian di atas adalah, dalam penelitian ini untuk melihat media massa apakah netral atau tidak netral, peneliti lebih memilih meneliti isi editorial/tajuk rencana dari media massa tersebut dimana pada editorial/tajuk rencana, sikap resmi media jelas terlihat. Sedangkan para peneliti terdahulu lebih banyak meneliti isi berita dari media massa. Media yang akan diteliti pun berbeda. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama menggunakan aspek netralitas dari McQuail (*sensationalism, stereotype, juxtaposition, linkage*) dan juga aspek *favourable, netral, unfavourable*. Selain itu kesamaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama ingin mengetahui bagaimana media massa menyajikan pemberitaan mengenai masalah politik khususnya dengan penelitian ini adalah pemberitaan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhubungan dengan pasca-Pilpres 2019 lalu. Karena pada dasarnya berita maupun editorial/tajuk rencana haruslah bersifat netral atau tidak ada keberpihakkan untuk tujuan tertentu.

B. Landasan Teori

1. Media Massa

Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang penting sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa. Komunikasi massa pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa, seperti surat kabar, radio, televisi hingga cyber. Komunikasi massa merupakan proses dimana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak dan proses dimana pesan-pesan dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh khalayak.¹⁴

Definisi di atas menjelaskan komunikasi massa melalui media cetak, elektronik maupun cyber adalah sebuah proses penyampaian pesan yang bertujuan agar dimengerti oleh khalayak luas, sehingga komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan menjadi komunikasi yang efektif.

Menurut Morissan (2010:1), Istilah 'media massa' memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lain-lain.

Menurut Dennis McQuail (2000:4), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Dari perspektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratis karena

¹⁴ Littlejohn, Stephen W, *Theories of Human Communication*, Belmont: Wadsworth Publishing (2002, 303)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarluaskan berbagai informasi dan pendapat.

Media massa menurut Herman dan Chomsky yaitu terlibat suatu interaksi simbiosis (*a symbiotic relationship*), bahwa penyediaan informasi media massa digerakkan oleh kebutuhan ekonomi (*economic necessity*) dan pertukaran kepentingan (*reciprocity of interest*). Media membutuhkan keberlangsungan media yang menjadi “beban dagangannya”. Sumber berita membutuhkan media massa guna memaparkan ide dan dirinya pada khalayak. Sementara di sisi lain khalayak membutuhkan berita tentang kejadian di lingkungan yang “mengitarinya”. Pada titik inilah wartawan menjadi mediator utama sebagai penghubung *a symbiotic relationship* tersebut.¹⁵

Hal yang sama akan berlaku ketika surat kabar akan meliput pemilihan Presiden, Para Calon Pasangan Presiden akan membutuhkan media massa untuk menyampaikan ide-ide atau visi misinya kepada khalayak. Di sisi yang lain media massa juga membutuhkan politikus sebagai sumber berita yang akan menghiasi surat kabar atau media elektronik dan media online tersebut. *A symbiotic relationship* ini akan berlangsung secara berkesinambungan karena keduanya merasakan saling membutuhkan. Dengan demikian kedua belah pihak juga akan berusaha agar hubungan yang baik terus terjalin.¹⁶

Dari perspektif budaya, media massa telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi-definisi terhadap suatu perkara, dan media massa memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa juga menjadi perhatian utama masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan menyediakan lingkungan budaya bersama bagi semua orang. Peran media massa dalam ekonomi juga terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya pertumbuhan industri media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan media massa di masyarakat (McQuail, 2000:4).

Peran media massa yang besar tersebut menyebabkan media massa telah menjadi perhatian penting masyarakat. Bahkan sejak kemunculannya pertama kali, media massa telah menjadi objek perhatian dan objek

¹⁵ Sulhan. Muhammad, 2006, *Kisah Kelabu di Balik Maraknya Pers Lokal di Kalimantan*, Yogyakarta: Jurnal Ilmu Sosial dalam Ilmu Politik, Volume 9, Nomor 3 (Maret 2006, 330)

¹⁶ Supartinah, *Netralitas Media Massa Terhadap Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah 2013 Analisis Isi Berita Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah di Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas) Periode 11 April-26 Mei 2013*, (Universitas Sebelas Maret 2014, 7)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peraturan (regulasi). Media massa juga menjadi objek penelitian hingga menghasilkan berbagai teori komunikasi massa. Dalam bidang politik, penentuan sikap demokratis atau tidak demokratis suatu organisasi maupun individu sudah semakin tergantung pada media massa. Keputusan atau pembahasan atas berbagai isu sosial penting saat ini sudah harus memperhitungkan peranan media massa, baik itu untuk tujuan baik atau sebaliknya, beserta dampaknya (Morissan, 2010:1-2).

Fungsi media massa, mengidentifikasi tiga fungsi pokok media: pertama, *the surveillance of the environment* (pengawasan terhadap keadaan lingkungan). Kedua, *the correlation of the parts of society in responding to the environment* (menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam lingkungan). Dan terakhir, *the transmission of the social heritage from one generation to the next* (mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya).¹⁷

Fungsi pengawasan merujuk pada aktivitas media massa dalam mencermati dan melaporkan peristiwa-peristiwa penting kepada publik. Dari sinilah, publik mengetahui dan kemudian memberikan respon peristiwa-peristiwa tersebut. Dalam pengertian ini, fungsi pengawasan tidak sekedar pemberitaan, akan tetapi mencakup upaya menyingkap ketidakberesan dalam penyelenggaraan pemerintahan maupun kehidupan bermasyarakat.

Fungsi penghubung lebih berkenaan dengan kiprah media massa dalam menyediakan diri sebagai forum untuk adanya diskusi, saling memperdengarkan pendapat, tuntutan dan aspirasi-aspirasi bagi semua kelompok masyarakat.

Fungsi media sebagai transmisi warisan sosial adalah peran media massa dalam proses sosialisasi dan edukasi bagi masyarakat luas. Isi dari sosialisasi ini adalah nilai-nilai, norma-norma, dan kesepakatan-kesepakatan yang berkembang di masyarakat demi keutuhan dan terpeliharanya aturan sosial.

Kajian mengenai isi media massa dapat menimbulkan kerangka interpretasi yang beragam. Pemberitaan media atas sejumlah isu memperlihatkan kembali keberanian dan kejujuran dalam menentukan sikap dan pandangan. Media dalam upaya mendefinisikan suatu realitas sosial tidak selalu melakukannya secara eksplisit dan vulgar, melainkan

¹⁷ Pawito, *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta&Bandung: Jalasutra (2009, 92)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui penyajian yang mengesankan objektivitas, keseimbangan dan sikap non partisan. Memahami media bukan hanya sebatas bagaimana menanggapi pesan yang disampaikan, melainkan juga mengerti bagaimana cara mereka bekerja, bagaimana mereka berbeda pengalaman secara personal, dan bagaimana mereka berbeda antara satu dengan yang lain.

2. Pers dan Surat Kabar

a. Fungsi Pers

Pers adalah lembaga kemasyarakatan (*social institution*) yang merupakan subsistem dari kemasyarakatan tempat ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya. Dengan demikian, maka pers tidak hidup secara mandiri tetapi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.¹⁸ Keberadaannya menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dalam segala bentuk proses komunikasi. Tetapi berada dalam posisi pers sebagai media yang bebas dan independen.

Idealisme yang melekat pada pers dijabarkan dalam pelaksanaan fungsinya. Fungsi pers tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Fungsi menyiarkan informasi (to inform) merupakan fungsi pers yang pertama dan utama. Khalayak membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini, mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan dan pemikiran orang lain, apa yang dilakukan oleh orang lain, dikatakan oleh orang lain, dan sebagainya.

Fungsi Mendidik (to educate) merupakan sarana pendidikan massa, surat kabar dan majalah memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya.

Fungsi Menghibur (to entertain) hal yang bersifat menghibur sering dimuat surat kabar dan majalah untuk menyeimbangi berita-berita berat, dan artikel yang berbobot. Hiburan tersebut bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga berita yang menarik insani (human interest), dan kadang tajuk rencana.

Effendi. Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, (2008, 62)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fungsi Mempengaruhi (*to influence*) hak tersebut menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. karena sudah tentu surat kabar yang ditakuti ialah surat kabar yang independen, yang bebas menyatakan pendapat, dan bebas melakukan sosial kontrol.

Pers memiliki keterkaitan yang luas dengan dunia media dan pemberitaan. Pers tidak hanya merujuk pada wartawan sebagai pihak yang mengolah berita, tetapi seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah media beserta unsur-unsur yang ada di dalamnya, mulai dari proses mengumpulkan bahan berita sampai menyebarkannya. Unsur-unsur di dalamnya meliputi wartawan, editor, anggota direksi, sampai kepada pemimpin redaksi.

b. Surat Kabar

Berbincang tentang media massa tak lepas dari aktivitas jurnalistik. Jurnalistik atau jurnalisme adalah kegiatan penghimpunan berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.¹⁹ Dalam kamus jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk meyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah dan berkala lainnya.

Bill Kovach dan Tom Rosentiel menyebutkan Sembilan prinsip atau elemen jurnalisme yakni:²⁰

- 1) Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
- 2) Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga.
- 3) Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
- 4) Para prkatisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita.
- 5) Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan
- 6) Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga.
- 7) Jurnalisme harus berupaya membuat hal penting, menarik dan relevan.
- 8) Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proposional.
- 9) Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka.

¹⁹ Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, (2006, 15)

²⁰ Kovach & Rosenstiel, 2003, *Sembilan Elemen Jurnalistik*, Jakarta: Yayasan Pantau dan Kedutaan Besar AS (2003, 67)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kovach mengingatkan bahwa tujuan paling penting bagi jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Untuk itu independensi media sangatlah penting. Independen dari otoritas politik, otoritas sosial atau bisnis, dan tidak ada bias personal.

Dalam penelitian ini, media yang dipilih adalah surat kabar. Menurut Harimurti Kridalaksana mendefinisikan surat kabar sebagai terbitan berkala yang memuat berita, risalah, karangan, iklan dan sebagainya.²¹

Sebagai medium komunikasi, surat kabar memiliki tiga fungsi mendasar, yaitu:²²

- 1) Memberikan informasi yang objektif kepada pembaca mengenai apa yang terjadi dalam lingkungannya. Negara dan apa yang terjadi di dunia.
- 2) Mengulas berita-beritanya dalam tajuk rencana dan membawa perkembangannya menjadi fokus atau sorotan.
- 3) Menyediakan jalan bagi orang yang ingin menjual barang dan jasa untuk memasang iklan.

Selain itu Edwin Emery menambahkan fungsi surat kabar sebagai berikut:²³

- 1) Memperjuangkan kepentingan masyarakat dan membantu meniadakan kondisi yang tidak diinginkan.
- 2) Menyajikan hiburan kepada pembacanya dalam bentuk cerita bergambar, cerita pendek, dan cerita bersambung.
- 3) Melayani pembaca dengan menyediakan penasehat, biro informasi dan pembela hak-hak pembaca.

Karakteristik yang dimiliki surat kabar, yaitu:²⁴

- 1) Publisitas, penyebaran pada publik dan khalayak.
- 2) Periodisasi, keteraturan terbit.
- 3) Universalitas, kesemestaan isinya, aneka ragam dari seluruh dunia yang meliputi seluruh aspek kehidupan manusia.

Muchlis. Yahya, *Komunikasi Politik Dan Media Massa*, Gunung Jati: Semarang, (2000, 102)

Ibid

Ibid, 103

Winarni, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Malang: UMM Pers, 2003, 32-33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Aktualitas, menunjuk pada kekinian atau terbaru dan “masih hangat”.

3. Analisis Isi

a. Pengertian Dasar

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambing atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Banyak variasi para ahli dalam memberi pengertian terhadap analisis isi (*content analysis*), secara umum diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi disisi lain analisis isi juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus.

Ada tiga yang tercakup di dalam analisis isi. Pertama, analisis isi bersifat sistematis. Hal ini berarti isi yang akan dianalisis dipilih menurut aturan-aturan yang ditetapkan secara implisit. Kedua, analisis isi bersifat objektif. Ketiga, analisis isi bersifat kuantitatif.

Berikut ini terdapat beberapa pengertian analisis isi yang dideskripsikan oleh beberapa pakar, yaitu:

- 1) Berelson (1952: 18). Analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*).
- 2) Holsti (1996: 14). Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan.
- 3) Krippendorff (1980: 21; 2006: 8). Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memperhatikan konteksnya.
- 4) Weber (1994: 9). Analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks.
- 5) Neuendorf (2002: 10). Analisis isi adalah sebuah peringkasan (*summarizing*), kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah (diantaranya objektif-intersubjektif, reliable, valid, dapat digeneralisasikan, dapat direplikasi dan pengujian hipotesis)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan tidak dibatasi untuk jenis variabel tertentu atau konteks dimana pesan dibentuk dan ditampilkan.²⁵

Analisis isi merupakan suatu metode yang diterapkan dalam komunikasi untuk menganalisis isi pesan (teks). Analisis isi bersifat objektif, sistematis, dan generalis. Objektif dalam artian menurut aturan atau prosedur yang apabila dilaksanakan oleh orang (peneliti) lain dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa. Sistematis artinya secara konsisten, meliputi penjaminan seleksi dan pengkodean data agar tidak bias. Generalis artinya penemuan data harus memiliki referensi teoritis.

b. Jenis Analisis Isi

Berdasarkan pendekatan yang digunakan, analisis isi dibagi menjadi dua pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Dalam perspektif metodologi kuantitatif, analisis isi merupakan salah satu pengukuran variabel, sedangkan dalam metodologi kualitatif, analisis isi berdekatan dengan metode analisis data dan metode tafsir teks. Analisis isi yang kuantitatif lebih banyak digunakan oleh para peneliti ilmu sosial yang positivisme, sedangkan metode analisis isi yang kualitatif lebih banyak digunakan oleh mereka yang anti positivisme.²⁶

c. Tujuan dan Fungsi Analisis Isi

Ada lima tujuan analisis isi, yaitu:²⁷

- 1) Menggambarkan karakteristik dari pesan
- 2) Menggambarkan secara detail isi (*content*)
- 3) Melihat pesan pada khalayak yang berbeda
- 4) Melihat pesan dari komunikator yang berbeda
- 5) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan

Analisis isi sendiri tak pernah dijadikan dasar untuk membuat pernyataan-pernyataan tentang efek-efek isi pada *audience*, misalnya: studi tentang film kartun di TV mengklaim bahwa 80% isinya mendukung aspek komersial, yaitu mengajak membeli susu, namun penemuan isi tidak boleh membuat si peneliti mengemukakan klaim

²⁵ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana (2011, 15-16)

²⁶ Henri Subiakto, *Analisis Isi Siaran Berita Nasional Televisi Republik Indonesia*, FISIP UNAIR, Surabaya, (1990, 165)

²⁷ *Ibid*, 32-42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau pernyataan bahwa anak-anak menonton film akan membeli susu tersebut. Temuan-temuan dalam analisis isi tertentu dibatasi oleh kerangka kategori-kategori dan definisi yang digunakan dalam analisis isi adalah kurangnya pesan-pesan yang relevan dengan penelitian tersebut.

Menurut Holsti (1969:28), analisis isi adalah suatu teknik membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik-karakteristik pesan tertentu secara objektif dan sistematis. Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian dalam membuat kesimpulan-kesimpulan dari data konteksnya. Berdasarkan kedua definisi di atas, maka ada dua fungsi analisis isi, yaitu memberikan uraian yang sistematis dan dapat diuji tentang isi manifes dan laten suatu wacana naratif, dan menghasilkan kesimpulan yang valid tentang konteks naratif yang berdasarkan isi deskriptifnya. (Holsti, 1969:28) mengemukakan tiga fungsi utama analisis isi, yaitu:

- 1) Menggambarkan karakteristik komunikasi dengan mengajukan pertanyaan: apa, bagaimana, dan kepada siapa pesan itu disampaikan
- 2) Membuat kesimpulan-kesimpulan, seperti anteseden komunikasi, dengan mengajukan pertanyaan mengapa pesan itu disampaikan
- 3) Membuat kesimpulan-kesimpulan tentang konsekuensi komunikasi dengan mengajukan apa efek-efek pesan tersebut.

Fungsi deskriptif dalam analisis isi mencakup identifikasi terhadap tema-tema dan pola struktural dalam suatu pesan, dan perbandingan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator yang berbeda atau sebaliknya pesan yang disampaikan oleh komunikator yang sama dalam konteks berbeda. Fungsi inferensial adalah mencakup penarikan kesimpulan tentang efek-efek yang mungkin ditimbulkan oleh pesan tersebut dan menyimpulkan norma-norma perilaku sosial yang direfleksikan oleh pesan tersebut. Secara teknik *Content Analysis* mencakup upaya-upaya: klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi.

4. Tajuk Rencana

a. Sejarah Tajuk Rencana

Berbagai literatur tentang sejarah menunjukan *Acta Diurna* sebagai produk jurnalistik pertama pada zaman Romawi Kuno

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

khususnya masa pemerintahan kaisar Julius Caesar (100-44 SM). Pada mulanya jurnalistik hanya mengelola hal-hal yang sifatnya informatif saja, dalam perkembangan masyarakat selanjutnya, surat kabar yang bisa mencapai rakyat secara massal itu dipergunakan oleh kaum idealis untuk melakukan social control, sehingga surat kabar tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif. Bukan hanya menyiarkan informasi, tetapi membujuk dan mengajak khalayak untuk mengambil sikap tertentu. Bentuk jurnalistik yang bersifat persuasif, Antara lain ialah tajuk rencana.²⁸

Tajuk rencana dalam radio dan televisi tidak begitu menonjol dan mendarah daging. Bahkan dalam surat kabar, tajuk rencana baru muncul sekitar seabad lalu yang dimulai di Amerika. Pada saat itulah tulisan tajuk rencana ditemukan dan menjadi terkenal ketika konsep penulisan berita secara objektif menjadi keharuan. Selama hampir 200 tahun jurnalisme kolonial dan jurnalisme Amerika “tempo doeleo” mencampuradukkan fakta dan opini dalam pemberitaan surat kabar. Secara keseluruhan pada saat itu, surat kabar mengambil posisi partisan terhadap isu-isu ekonomi, politik, agama dan sosial. Ketika pemberitaan objektif menjadi cita-cita, kesempatan bagi surat kabar-surat kabar untuk memilih pihak yang mereka anggap benar pun lenyap. Maka dengan demikian, muncul pengutaraan opini secara terus-terusan dalam bentuk “tajuk rencana”.²⁹

b. Pengertian Tajuk Rencana

Di Inggris, tajuk rencana ini disebut dengan “editorial”, yang berasal dari kata “edit”. Secara harfiah, edit berarti membaca dan memperbaiki naskah, mempersiapkan naskah. Dalam dunia perfilman itu berarti menggunting-gunting pita seluloid hasil opname yang belum teratur sesuai dengan urutan cerita yang diberi nomor shooting seperti tertulis dalam skenario. Proses pekerjaan seperti itu disebut editing. Maksudnya diperiksa untuk digunting lalu diatur supaya susunanya baik. Lalu dari kata editing lahirlah kata editorial yang di Indonesiakan menjadi “Tajuk Rencana” atau “induk karangan” yang berfungsi sebagai mahkotanya karangan atau tulisan yang berisi ulasan,

Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung (2003, 95)

Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung (2014, 248)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemikiran, pandangan, surat kabar mengenai suatu fakta, kejadian atau opini yang berkembang dalam masyarakat.³⁰

Tajuk rencana (editorial) adalah karya tulis yang merupakan pandangan editor terhadap suatu topik. Dengan demikian, maka tajuk rencana bersangkutan dengan opini (opinion). Yaitu tajuk rencana menyajikan fakta dan opini yang disusun secara ringkas, logis dan menyenangkan, mempengaruhi opini atau menginterpretasi berita penting sedemikian rupa sehingga yang penting itu menjadi jelas bagi rata-rata pembaca.³¹

Tajuk rencana, ada juga yang menyebut sebagai catatan redaksi, bahasa kerennya adalah Editorial. Sebelum ada istilah tajuk rencana, Koran-koran kuno menamakan opini penerbit ini sebagai induk karangan yang menerjemahkan bahasa Belanda Hoofd Artikel. Di Inggris, sebutan editorial jarang dikenal yang ada adalah sebutan Leader News, penulisnya disebut sebagai Leader Writer. Dalam kamus bahasa Indonesia, tajuk rencana diartikan sebagai induk karangan pada surat kabar/majalah. Tajuk rencana merupakan sikap, pandangan atau pendapat penerbit terhadap masalah-masalah yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. Menulis tajuk rencana merupakan situasi dan kondisi tertentu yang sangat dipengaruhi oleh peristiwa atau kejadian dalam pemberitaan sehari-hari.³²

Tajuk rencana tidak bisa mengupas suatu kejadian yang sudah lama berlangsung. Tajuk rencana merupakan pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, menarik ditinjau dari segi penulisan dan bertujuan untuk mempengaruhi pendapat atau memberikan interpretasi terhadap suatu berita yang menonjol sebegitu rupa sehingga bagi kebanyakan pembaca surat kabar akan menyimak pentingnya arti berita yang ditunjukkan tadi.³³

c. Kebijakan Redaksi dalam Tajuk Rencana

Kekuatan atau kelemahan opini-opini dan semangat yang dinyatakan dalam tajuk rencana tentang suatu isu merupakan pernyataan pribadi redaksi surat kabar, tajuk rencana boleh jadi mencerminkan kepribadian-kepribadian redaksi surat kabar, meskipun tajuk rencana dimaksudkan sebagai cerminan pendirian suatu koran. Isi

Willing Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*, Erlangga, Jakarta, (2010, 143)

Ibid, 134

WJS Purwodarminto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1961

Dja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, PT Ghalia Indonesia, Jakarta, (1991, 171-172)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tajuk rencana senantiasa licin, didasari alasan kuat, dan meredam sekuat mungkin sikap menyerang terhadap suatu kebijakan atau isu publik. Tajuk rencana juga menggambarkan falsafah dan pandangan hidup dari penerbitnya.³⁴ Sikap itu bisa eksplisit atau implisit diantaranya yaitu: Isi dari tajuk rencana merupakan representasi dari ideologi suatu surat kabar yang tercermin dari visi dan misinya, selanjutnya bentuk kepemilikan surat kabar ini dapat dipahami mengingat surat kabar-surat kabar sekarang dimiliki perusahaan-perusahaan bisnis besar yang tetap mempertimbangkan keamanan perusahaan dari jerat hukum,³⁵ wartawan dan pemimpin redaksi contohnya dapat menempatkan berita utama (headline) di halaman muka atau halaman dalam, atau memilih tokoh politik yang satu dengan menyingkirkan tokoh politik yang lain untuk ditonjolkan dalam media massa. Semuanya itu dilakukan dengan mengacu kepada “politik redaksi”, kepribadian dan pencitraan media massa. Wartawan atau pemimpin redaksi sebagai gatekeeper kemudian berkembang menjadi agenda setter sebagaimana yang dikenal dalam teori agenda setting atau agenda media.³⁶

Dalam surat kabar-surat kabar di tanah air, tajuk rencana biasanya ditempatkan di halaman opini dan biasanya ditulis oleh pemimpin redaksi surat kabar bersangkutan, tajuk rencana menempati sebuah kotak dua kolom yang memanjang kebawah atau kesamping dan diletakan di sebelah pojok kiri atau atas halaman. Kolom-kolom lain di halaman ini diisi tulisan-tulisan kolumnis, surat pembaca dan kotak susunan redaksi surat kabar bersangkutan.

Dalam praktiknya tajuk rencana sangat berkaitan dengan reporter dan editor. Reporter adalah jurnalis yang bertugas mencari dan mengumpulkan informasi melalui peliputan peristiwa atau kejadian. Sedangkan editor adalah jurnalis yang bertugas mengedit, dalam arti menilai, dan mempertimbangkan kelayakan informasi menjadi sebuah berita. Dan reporter bekerja langsung dibawah Redaktur tertentu (criminal, kota, olahraga, pengadilan, kepolisian, rumah sakit dan tempat-tempat publik). Mereka bergabung dalam jajaran redaksi yang disebut desk.³⁷

³⁴ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, (2004, 77)

³⁵ Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat. *Jurnalistik Teori Dan Praktik*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, (2009, 248-249)

³⁶ Arifin, *Opini Publik*, Gramata Publishing, Jakarta, (2010, 129-130)

³⁷ Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, (2013, 129-130)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Tajuk Rencana (Editorial) dan Kolom Opini

Editorial dan kolom opini memiliki satu kemiripan yaitu, keduanya adalah opini sekaligus analisis subjektif. Keduanya juga mempunyai perbedaan penting. Kolom opini disertai nama penulis dan opini (menggunakan kata ganti pertama “saya”) dari seseorang, kecuali kolumnis memilih memasukan opini dari orang lain. Tulisan editorial tidak disertai pencantuman nama penulisnya dan merupakan opini staf keseluruhan, meski ditulis oleh satu orang. Kolom opini kurang formal ketimbang editorial, kolumnis punya lebih banyak keleluasaan dan biasanya lebih banyak ruang untuk menyajikan ide-idenya.³⁸

e. Unsur-Unsur Tulisan Tajuk Rencana

Beberapa unsur yang terkandung dalam suatu pendapat umum yaitu:

- 1) Memungkinkan terjadinya pro dan kontra
- 2) Melibatkan lebih dari seorang, atau dalam istilah Hennessy disebut ukuran publik
- 3) Dinyatakan, yaitu opini yang dikomunikasikan secara terbuka
- 4) Memungkinkan atau mengundang adanya tanggapan.³⁹

f. Tujuan Penulisan Tajuk Rencana

Dalam penulisan tajuk rencana atau editorial, terdapat empat tujuan sebagai berikut:⁴⁰

1) Menjelaskan berita (Explaining the News)

Editorial menjelaskan kejadian-kejadian penting kepada para pembaca. Editorial berfungsi sebagai guru, menerangkan bagaimana suatu kejadian tertentu berlangsung, faktor-faktor apa yang diperhitungkan untuk menghasilkan perubahan dalam kebijakan pemerintah, dengan cara bagaimana kebijakan baru akan mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi suatu masyarakat.

2) Menjelaskan latar belakang (Filling in Background)

Untuk memperlihatkan kelanjutan suatu peristiwa penting, editorial dapat menggambarkan kejadian tersebut dengan latar

³⁸ Ibid, 147

³⁹ Muhtadi. Asep Saeful, *Jurnalistik Pendekatan Teori Dan Praktik*, Logos Wacana Ilmu, Jakarta, 999, 94)

⁴⁰ William L.Rivers, Bryce McIntyre, Alison Work, *Editorial*, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung, 994, 23)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

belakang sejarah, yaitu menghubungkan dengan sesuatu yang telah terjadi sebelumnya. Dengan menganalisis sejarah sekarang, editorial dapat memperlihatkan keterkaitannya dengan masalah-masalah umum sekarang. Editorial dapat menunjukkan hubungan antara berbagai peristiwa yang terpisah: politik, ekonomi, dan sosial. Kadang-kadang editorial memuat suatu pandangan dan menunjukkan kesamaan dengan sejarah, yaitu kesamaan yang bertujuan untuk mendidik masyarakat.

3) Meramalkan (Forecasting the Future)

Suatu editorial kadang-kadang menyajikan analisis yang melewati batas berbagai peristiwa sekarang dengan tujuan meramalkan sesuatu yang akan terjadi di masa yang akan datang.

4) Menyampaikan pertimbangan moral (Passing Moral Judgment)

Menurut tradisi lama, para penulis editorial bertugas mempertahankan kata hati masyarakat. Mereka diharapkan mempertahankan isu-isu moral dan mempertahankan posisi mereka. Jadi, para penulis editorial akan berurusan dengan pertimbangan moral yang biasa disebut dengan “pertimbangan nilai”. Mereka berkata kepada pembacanya tentang sesuatu yang benar dan salah. Mereka berjuang untuk sesuatu yang benar dan menyerang kebatilan.

Namun jika dilihat dari perspektif yang sedikit berbeda, tujuan editorial dibagi dalam tiga kategori:

a) Menjelaskan informasi (*explaining information*)

Mengajarkan atau menjelaskan kepada pembaca bahwa mereka dapat berperan dalam banyak editorial. Prinsip menjelaskan yang baik adalah kejelasan, kesempurnaan, dan ketepatan. Dalam penjelasan, penekanan bukan pada pengalaman atau penilaian seseorang, melainkan pada penyajian fakta dan gagasan yang objektif dan tanpa prasangka. Umumnya editorial tidak selalu menjelaskan, tetapi kadang-kadang memusatkan pada informasi : misalnya sebuah editorial berfungsi melaporkan informasi yang kurang tepat untuk dimuat pada halaman berita.⁴¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Meyakinkan pembaca (*persuading the readers*)

Metode-metode persuasif dibagi kedalam tiga klasifikasi umum yaitu penalaran deduktif, penalaran induktif, dan kombinasi keduanya.⁴²

c) Menilai peristiwa (*evaluating an event*)

Selain menjelaskan dan meyakinkan (persuasif), editorial bisa juga memulai peristiwa. Berbeda dengan penyajian yang menyajikan fakta-fakta objektif dan bisa dibuktikan, penilaian bersifat subjektif, sebagai ungkapan suatu sudut pandang yang tidak dapat diverifikasi secara bebas, penilaian tetap merupakan persoalan penilaian.⁴³

g. Jenis Teks Editorial/Tajuk Rencana

Dalam penulisan teks editorial atau tajuk rencana, terdapat tiga jenis teks sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Interpretative Editorial, editorial ini bertujuan untuk menjelaskan isu dengan menyajikan fakta dan figur untuk memberikan pengetahuan.
- 2) Controversial Editorial, editorial bertujuan untuk meyakinkan pembaca pada keinginan atau menumbuhkan kepercayaan pembaca terhadap suatu isu. Dalam editorial ini biasanya pendapat yang berlawanan akan digambarkan lebih buruk.
- 3) Explanatory Editorial, editorial ini menyajikan masalah atau suatu isu agar dinilai oleh pembaca. Biasanya teks editorial ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu masalah dan membuka mata masyarakat untuk memperhatikan suatu isu.

5. Objektivitas Media dan Netralitas Media

a. Objektivitas Media

Objektivitas merupakan bentuk profesionalitas yang ideal untuk mencapai sebuah tujuan, menghendaki *skill* yang merata, dimana segala usaha tidak hanya dilakukan oleh perorangan, tetapi oleh keseluruhan organisasi media massa tersebut.⁴⁵ Dengan kata lain, untuk mencapai penyajian informasi yang berkualitas, insan media seperti wartawan

⁴² Ibid, 25

⁴³ Ibid, 28

⁴⁴ Ibid, 29

⁴⁵ McQuail. Denis, *Media Performance Mass Communication and The Public Interest*, London: AGE Publication, (1992, 184)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak dapat melakukan upaya tersebut sendirian, tetapi harus didukung oleh organisasi media seperti editor, juga staf pimpinan media yang bersangkutan.

Objektivitas sendiri merupakan bentuk khusus dari praktisi media dan juga sikap khusus dari tugas pengumpulan, proses dan penyebaran informasi. Yang utama adalah pengadopsian sebuah posisi tidak dipengaruhi siapapun dan tidak memihak salah satu pihak yang menjadi objek dalam pemberitaan. Hal ini berarti sungguh lepas dari unsur subjektivitas atau adanya unsur individu yang melingkupinya. Yang kedua adalah mengurangi partisanship, tidak memihak atau tidak menunjukkan bias. Ketiga, objektivitas menghendaki *strict attachment* agar akurat dan kriteria kebenaran yang lainnya (seperti *relevance* dan *completeness*). Objektivitas juga mengasumsikan sedikitnya maksud tersembunyi atau melayani sebuah partai politik tertentu. Proses pengamatan dan reporting sebaiknya tidak terkontaminasi oleh unsur subjektivitas atau tidak terpengaruh oleh realitas yang dilaporkan.

Pada dasarnya apa yang disajikan media massa adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dikutip Agus Sudibyo, menjelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan diantaranya:⁴⁶

- a) Faktor individual. Berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana aspek-aspek personal dan pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur, agama, pendidikan, sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media atau aspek personalitas dari wartawan akan mempengaruhi pemberitaan.
- b) Level rutinitas media. Berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media memiliki ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, ciri-ciri berita yang baik, kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya.⁴⁷ Setiap media memiliki kebijakan redaksional yang berbeda dalam menentukan mana yang layak dimuat dan mana yang tidak, mana yang perlu ditonjolkan sebagai sajian utama (*headline*) dan mana saja yang dianggap tidak penting sehingga ditulis singkat dan diletakkan pada halaman dalam, hal ini tidak terlepas dari

Agus, Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, LKIS: Yogyakarta, (2001, 7)

Ibid, 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keinginan media untuk membangun citra jurnalismenya.⁴⁸ Sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana berita diproduksi, rutinitas media karenanya mempengaruhi bagaimana wujud akhir sebuah berita.

- c) Level organisasi. Berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia hanya bagian kecil dari organisasi media itu sendiri. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Di dalam organisasi media, misalnya selain bagian redaksi ada juga bagian pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi, bagian umum, dan seterusnya. Masing-masing bagian tersebut tidak selalu sejalan, mereka mempunyai tujuan dan target masing-masing. Sekaligus strategi yang berbeda untuk mewujudkan target tersebut.⁴⁹
- d) Level ekstramedia. Berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media, diantaranya:
 - 1) Sumber berita. Kepentingan sumber berita ini seringkali tidak disadari oleh media. Pengelola media tidak sadar, lewat teknik yang canggih, sebetulnya orientasi pemberitaan telah diarahkan untuk menguntungkan sumber berita. Media tidak sadar, telah menjadi corong dari sumber berita untuk menyampaikan apa yang dirasakan oleh sumber berita tersebut.⁵⁰
 - 2) Sumber penghasilan media. Masuknya faktor ekonomi ke dalam pembuatan berita yang paling jelas ialah melalui kenyataan bahwa organisasi berita adalah usaha ekonomi yang menghidupi diri terutama melalui penjualan produk dan periklanan. Misalnya, media tertentu tidak memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan. Pihak pengiklan juga mempunyai strategi untuk memaksakan versinya pada media. Pelanggan juga ikut mewarnai pemberitaan media. Tema tertentu yang menarik dan terbukti mendongkrak penjualan, akan terus-menerus diliput oleh media. Media tidak

Redi, Panuju, *Komunikasi Organisasi: dari Konseptual Teoritis ke Empiris*, Yogyakarta:

Pustaka Pelajar, (2001, 130)

Agus Sudibyo, *Op.Cit*, 9

Ibid, 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan menyia-nyiakan momentum peristiwa yang disenangi oleh khalayak.⁵¹

- 3) Sumber eksternal, seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Dalam negara otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita yang akan disajikan. Media hanya menjadi alat bagi kekuasaan untuk memperoleh apa yang diinginkan. Berbeda dengan negara demokratis dan menganut liberalisme. Campur tangan negara praktis tidak ada, justru pengaruh yang besar terletak pada lingkungan pasar dan bisnis.⁵²
- 4) Level ideology. Ideologi disini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkrit, level ideology ini abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ideology akan dilihat kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media menentukan.⁵³

McQuail, mengadopsi pemikiran Objektivitas Westerstahl yang menjelaskan mengenai objektivitas dalam pemberitaan dapat ditemui dalam 2 hal, yakni faktualitas dan Imparsialitas berita. Prinsip faktualitas terdiri dari dua unsur, yaitu benar (*truth*) dan relevan. Prinsip tidak memihak (*impartiality*) juga menentukan tingkat objektivitas. Ada dua unsur yang mendukung ketidak berpihakan yaitu *balance* dan netral.

Berikut ini gambaran dari objektivitas menurut Westerstahl yang diadopsi oleh McQuail.⁵⁴

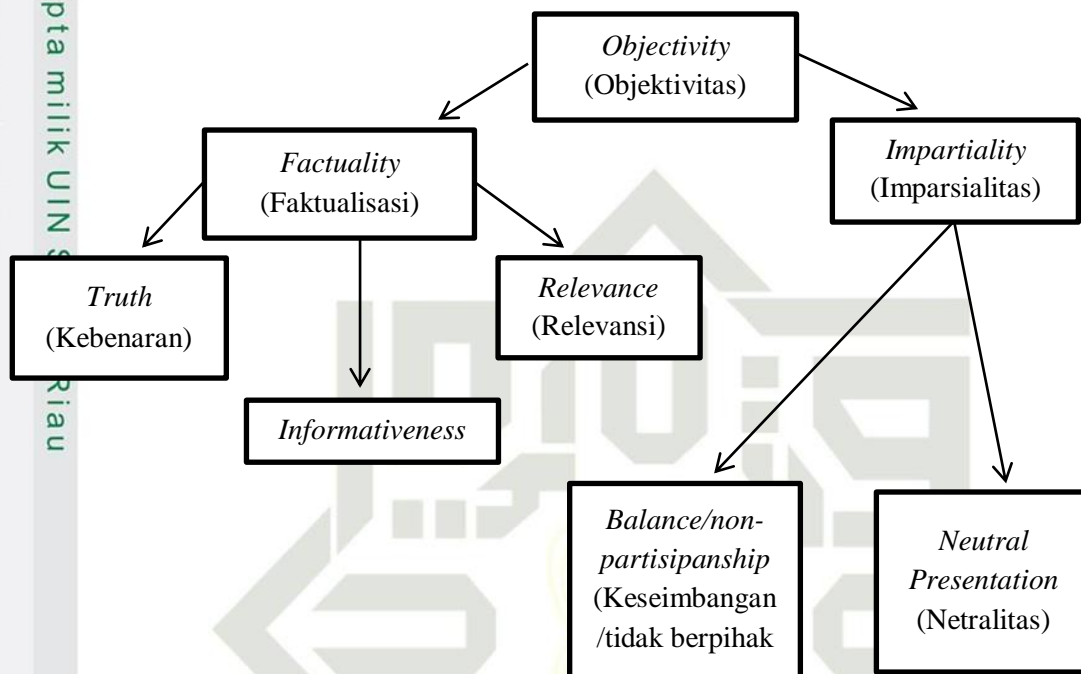
⁵¹ Ibid, 11

Redi Panuju, *Op.Cit*, 43

Agus Sudibyo, *Op.Cit*. 12

Denis McQuail, *Media Performance Mass Communication and Public Interest*, (Sage Publications; London 1992, 196)

Gambar 2.1
Skema Objektivitas Westerstahl (1983)



(Sumber: McQuail, 1992:196)

Skema yang dibangun Westertahl tahun 1983 digunakan untuk melakukan penelitian mengenai objektivitas pemberitaan media massa. Dalam kerangka penelitian yang dilakukan oleh Westertahl, kuncinya adalah pembedaan antara wilayah ‘kognitif’ dengan pengamatan empiris, dan catatan serta wilayah ‘evaluatif’ dengan netralitas dan keseimbangan (*balance*) dalam proses seleksi dan presentasi berita.⁵⁵

Dalam penelitian objektivitas, McQuail menyatakan bahwa aspek kognitif berita sangat terkait dengan faktualitas (*factuality*). Secara sederhana, faktualitas dapat diartikan sebagai kualitas informasi yang dikandung oleh suatu berita, sedangkan kriteria kualitas informasi adalah potensial bagi audiens untuk belajar tentang realitas (McQuail, 1992: 197). Faktualitas memiliki tiga aspek utama, yaitu kebenaran (*Truth*), *informativeness*, dan *relevance*. Kebenaran lebih menyangkut pada aspek reliabilitas dan kredibilitas sebuah berita. McQuail membagi aspek kebenaran menjadi tiga subaspek, yaitu *factualness*, akurasi, dan *completeness*.

Rahayu, *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, (Pusat Kajian Media dan Budaya Populer: Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi, 2006, 8-9)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informativeness lebih berkaitan dengan segala sesuatu yang dapat mempengaruhi kualitas pemahaman dan pembelajaran tentang peristiwa yang terjadi, manusia ataupun benda, sedangkan aspek *relevance* berkaitan dengan standar kualitas proses seleksi berita. McQuail memberikan empat acuan untuk menentukan standar aspek *relevance* yaitu teori normatif, praktik jurnalistik, audiens dan dunia nyata.

Dalam model Westertahl, aspek evaluative berkaitan dengan ketidakberpihakan (*impartiality*). Dalam kaitan ini, seringkali ketidakberpihakan dijadikan ukuran kualitas sebuah berita, baik oleh audiens, dokumen kebijakan penyiaran ataupun oleh praktik jurnalistik sendiri sehingga dapat dijadikan sebagai acuan penilaian (evaluasi) sebuah berita.

McQuail membedakan aspek evaluatif menjadi dua, yakni *balance* dan netralitas. *Balance* lebih berhubungan dengan seleksi atau penghilangan fakta-fakta yang mengandung nilai atau ekspresi *point of view* mengenai apa yang dianggap sebagai 'fakta' oleh pihak-pihak yang terkait dalam perdebatan. Sedangkan netralitas lebih berhubungan dengan presentasi fakta itu sendiri yang dapat dievaluasi dari penggunaan kata-kata, citra dan *frame of reference* yang bersifat evaluatif dan juga penggunaan gaya presentasi yang berbeda.⁵⁶

Netralitas sering disamakan dengan ketidakberpihakan dalam pemberitaan namun perbedaannya dengan *balance*, netralitas lebih berkaitan dengan aspek presentasi penempatan suatu berita, keutamaan relatif, headlining, dan pilihan kata. Secara umum objektivitas mensyaratkan pemberitaan yang tenang, dingin, terkendali dan berhati-hati. Dengan demikian penggunaan kata-kata ambigu, emosional atau warna dalam presentasi hanya akan menjauhkan netralitas dan objektivitas.

b. Netralitas Media

Media sangat berpengaruh dalam mengontrol sosial. Dari media juga masyarakat mendapatkan banyak informasi. Bisa dibayangkan apabila media memberikan pemberitaan yang tidak netral, maka masyarakat akan kacau dalam menerima informasi. Terutama dalam pemberitaan politik, apabila media massa tidak netral, maka akan sangat membingungkan masyarakat, yang berujung akan semakin

⁵⁶Ibid, 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyaknya informasi-informasi hoax. Masyarakat pun akan enggan mempercayai media massa. Berujung akan banyaknya permusuhan di dalam masyarakat karena tidak satu paham antara satu sama lain.

Maka dalam hal ini media harus bersifat netral dalam memuat berita, tidak memihak pada salah satu partai politik sekalipun yang berkuasa, dan tidak mengarahkan masyarakat pembacanya untuk memilih pasangan tertentu dengan maksud tertentu. Sehingga media lebih mengutamakan fungsinya sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Berita yang netral adalah berita yang tidak memihak.⁵⁷ Netralitas lebih diorientasikan pada fakta. Yang pertama, adalah kelengkapan fakta. Berita yang netral adalah berita yang mengungkapkan peristiwa dengan fakta-fakta yang lengkap, tidak ada penambahan atau pengurangan. Yang kedua, adalah akurasi fakta. Berita harus bisa menggambarkan peristiwa dengan jelas.⁵⁸

Ketika media massa berada dalam konteks sosial dan dikonsumsi oleh khalayak. Maka pada saat itu media massa berhadapan dengan masalah etika. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media massa pada dasarnya tidak bebas nilai. Ujian terberat bagi media massa, yakni menyeimbangkan kebebasan pers dalam memberikan informasi atau pemberitaan dengan porsi tanggung jawab yang diembannya. Ia harus memposisikan netral. Keputusannya tidak boleh mau diintervensi penguasa, walaupun disiram dengan imbalan. Karena etika kebijaksanaan pers bertujuan melakukan pendidikan terhadap rakyat. Maka pers tidak boleh tergoda oleh imbalan dan etika aturan moral. Berasal dari sebuah situasi di mana seseorang bertindak dan mempengaruhi tindakan orang atau kelompok lain. Definisi etika ini juga berlaku untuk kelompok media sebagai subjek etis yang ada. Setiap arahan dan aturan moral mempunyai nilai dan level kontekstualisasi. Bisa pada tingkat individu, kelompok, komunitas atau sistem sosial yang ada. Dapat dikatakan bahwa etika pada level tertentu sangat ditentukan oleh arahan sistem sosial yang disepakati.

Merujuk pada dimensi berita McQuail, netralitas sering disamakan dengan ketidakberpihakan dalam pemberitaan. Namun bedanya, netralitas lebih berkaitan dengan presentasi suatu berita.⁵⁹

Mursito, *Realitas Media*, Solo: SmartMedia, (2012, 16)

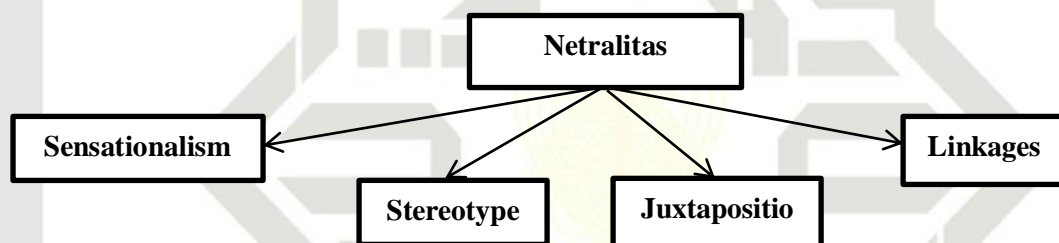
Ibid, 17

Rahayu, *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, (Pusat Kajian Media dan Budaya Populer: Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi, 2006, 10)

Beberapa hal, seperti penempatan, keutamaan relatif, *headlining*, dan pilihan kata merupakan bagian dimensi netralitas penyajian sebuah berita. Secara umum, terlepas dari siapa yang diuntungkan atau dirugikan, objektivitas mensyaratkan pemberitaan yang tenang, dingin, terkendali, dan berhati-hati. Dengan ukuran tersebut, semua bentuk sensasionalisme, penggunaan kata-kata yang ambigu, emosionalisme atau ‘warna’ dalam presentase hanya akan menjauhkan netralitas dan objektivitas dalam pemberitaan.⁶⁰

Pada dasarnya, netralitas menempatkan berita pada posisi yang seimbang dan tidak melebih-lebihkan fakta. Netralitas dapat diamati dari empat elemen yakni *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*.

Gambar 2.2
Komponen Aspek Netralitas⁶¹



(Sumber: Diolah dari McQuail (1992))

Netralitas dapat diukur berdasarkan empat hal yaitu *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkages*. Sensasionalisme dapat diartikan sebagai sifat suka menimbulkan sensasi. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian orang lain. Walaupun sensasionalisme dibenarkan dalam bidang lain, misalnya, pemasaran atau periklanan agar menarik, tetapi sensasionalisme tidak dapat dibenarkan dalam ranah jurnalistik yang menekankan objektivitas penyajian. Untuk mengukur tingkat sensasionalisme sebuah berita, McQuail (1992: 233) memberikan tiga indikator, yaitu:⁶²

Pertama, ada atau tidak ada personalisasi. Personalisasi dapat diartikan sebagai pandangan yang melihat individu tertentu sebagai aktor utama atau tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa. Dengan kata lain, personalisasi dapat diartikan sebagai pandangan yang mereduksi peristiwa pada individu (*personal*).

⁶⁰Ibid, 24

⁶¹Ibid, 25

⁶²Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Personalisasi yang dibangun melalui media massa juga dapat mengarah pada kultus individu (anggapan bahwa seseorang memiliki kelebihan supramanusia tertentu).

Kedua, sensasionalisme diukur berdasarkan ada atau tidak ada emosionalisme. Emosionalisme dapat diartikan sebagai penonjolan aspek emosi (suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya) dibandingkan aspek logis rasional dalam penyajian sebuah berita. Walaupun penggunaan emosionalisme dapat meng-‘hidup’-kan sebuah berita, aspek netralitas dan objektivitas dalam pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang dingin dan terkendali.

Ketiga, sensasionalisme diukur berdasarkan pada ada atau tidak ada dramatisasi. Dramatisasi dapat dipahami sebagai bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis bagi pembacanya. Seperti halnya aspek emosionalisme, efek dramatis dapat membantu pembaca untuk lebih ‘mengalami’ secara langsung peristiwa yang disajikan. Meskipun demikian, objektivitas pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang hati-hati dan mengambil jarak dengan fakta yang dilaporkan.

Stereotype berarti pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok atau bangsa tertentu dalam menyajikan sebuah berita. Atribut mungkin memiliki asosiasi yang negatif ataupun positif, tetapi yang jelas tidak pernah bersifat netral atau berdasarkan pada kenyataan yang sebenarnya. Penggunaan *stereotype*, baik yang bermakna positif maupun negatif, dalam penyajian sebuah berita dapat mengundang tuduhan keberpihakan wartawan atau media terhadap salah satu kelompok yang ada dalam masyarakat.⁶³

Secara sederhana, *Juxtaposition* dapat diartikan sebagai menyandingkan dua hal yang berbeda untuk menimbulkan efek kontras yang akhirnya menambah kesan dramatis pada berita yang disajikan. Dengan begitu *Junxtaposition* dapat mengubah atau menggeser pemaknaan dua fakta yang sebenarnya berbeda (tidak berhubungan), menjadi berhubungan secara kontras.⁶⁴

Linkages adalah menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud untuk memberikan efek asosiatif. *Linkages* biasanya

⁶³ Ibid, 26
⁶⁴ Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan untuk menghubungkan dua fakta yang sebenarnya berbeda sehingga dianggap atau diasosiasikan memiliki hubungan sebab akibat.⁶⁵

Keempat alat ukur di atas digunakan untuk melihat netralitas yang berkaitan dengan aspek presentasi editorial pemberitaan pascapilpres di harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co. Netralitas terhadap pemberitaan dilihat dari pemakaian kata-kata yang dapat menimbulkan sensasionalisme dan emosionalisme. Jika dalam suatu berita mengandung salah satu unsur di atas, maka dapat dipastikan berita tersebut dinilai tidak netral. Apabila ditemukan lebih dari satu unsur, maka hal tersebut memperkuat penilaian ketidaknetralan suatu berita.

C. Konseptualisasi Variabel

Penelitian ini merupakan penelitian komunikasi dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Dimana media massa yang diteliti terdiri dari dua media nasional yaitu harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co. Substansi yang dianalisa ialah seluruh editorial/tajuk rencana tentang pemberitaan pasca-Pilpres 2019 periode 18 April-27 Mei 2019. Editorial/tajuk rencana tentang pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di luar periode tersebut maka tidak termasuk dalam penelitian ini. Adapun editorial/tajuk rencana yang ada di dalamnya meliputi pemberitaan pasca-Pilpres 2019 yang terbit ditanggal yang sama dengan tema yang sama.

Unit analisis ini mengikuti konsep analisis isi kategori opini/tajuk rencana media dalam menganalisis isi editorial/tajuk rencana pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co menggunakan kategori Objektivitas Media dengan Netralitas menurut McQuail. Netralitas sering disamakan dengan ketidakberpihakan dalam pemberitaan. Namun bedanya, netralitas lebih berkaitan dengan aspek presentasi suatu berita (McQuail, 1992:233).⁶⁶ Dengan demikian, penelitian ini sebagai bentuk mempresentasikan netralitas pada pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co periode April-Mei 2019. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur Netralitas terdiri empat hal, yakni sensasionalisme, stereotype, juxtaposition, dan linkage.

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Rahayu, *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, (Pusat Kajian Media dan Budaya Populer: Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi, 2006, 24)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Unit Analisis

Penelitian ini dilakukan dengan mencatat identitas surat kabar (edisi, hari, tanggal, tahun terbit, judul editorial). Kemudian analisis dilakukan dengan menggunakan unit analisis dan kategorisasi berikut untuk mengevaluasi editorial.

Table 2.1
Indikator Kategori Unit Penelitian Netralitas McQuail

Kategori	Indikator	Keterangan
Objektivitas Media (Netralitas McQuail)	Sensasionalisme	Adanya Personalisasi, (aktor atau tokoh yang ditampilkan paling dominan dan berpengaruh dalam teks editorial). Adanya emosional, (penonjolan aspek emosi dibandingkan aspek logis rasional dalam teks editorial). Adanya Dramatisasi (penyajian editorial secara hiperbolik).
	Stereotype	Adanya pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok dalam penyajian sebuah berita.
	Juxtaposition	Adanya perbandingan dua hal yang tidak sebanding untuk memunculkan efek dramatisasi dalam sebuah pemberitaan.
	Linkage	Adanya membandingkan dua hal yang tidak relevan menjadi seakan memiliki hubungan sebab akibat

D. Operasional Variabel

Agar dapat diukur dan diteliti, konsep haruslah diturunkan agar dapat diamati secara empiris. Proses ini disebut sebagai operasionalisasi konsep. Proses operasionalisasi ini dilakukan dengan membuat definisi operasional, yakni seperangkat prosedur yang menggambarkan usaha atau aktivitas peneliti untuk secara empiris menjawab apa yang digambarkan dalam konsep. Peneliti membutuhkan definisi operasional ketika fenomena tidak dapat diamati secara langsung (Frankfort – Nachmias, dan Nachmias).⁶⁷

Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2011, 177)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media massa yang diteliti terdiri dari dua media nasional yaitu harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co. Substansi yang dianalisa ialah seluruh editorial/tajuk rencana tentang pemberitaan pasca-Pilpres 2019 periode 18 April-27 Mei 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi.

Max Weber menjelaskan bahwa analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks.⁶⁸ Dalam konsep analisis isi ada 2 jenis konsep yakni analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Perbedaan di antara kedua konsep penelitian ini adalah pada analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (*tersurat/manifest/nyata*). Sedangkan untuk menjelaskan hal-hal yang tersirat (*latent*), misalnya ideologi apa yang ada di balik suatu berita, maka dilakukan riset analisis isi kualitatif.

Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan konsep analisis isi kuantitatif sebab peneliti ingin mengetahui persentase objektivitas media yang diukur dari netralitas oleh McQuail pada editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co periode April-Mei 2019.

Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Opini yang ditulis pihak redaksi diasumsikan mewakili sekaligus mencerminkan pendapat dan sikap resmi media bersangkutan secara keseluruhan sebagai suatu lembaga penerbitan media berkala.⁶⁹

Melihat pentingnya keberadaan sebuah tajuk rencana atau editorial dalam setiap penerbitan maupun suatu penyiaran, maka sangat perlu dilihat lebih jauh netralitas suatu tajuk rencana atau editorial dalam menyikapi suatu isu. Tak dapat dipungkiri saat ini banyak media partisan yang berdiri. Media partisan yaitu media yang lebih mengedepankan pemberitaan sesuai kepentingan kelompok yang dibelanya, bahkan isi beritanya cenderung mengabaikan aspek jurnalistik. Jika menemukan kesalahan kelompok yang tidak sepaham makan akan diberitakan dengan bombastis. Sebaliknya jika kesalahan ada pada kelompoknya maka akan ditutup-tutupi. Sama halnya

⁶⁸ Ibid, 15

⁶⁹ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita & Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2014, hlm 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan tajuk rencana atau editorial, isi tajuk rencana saat ini lebih kepada opini yang tidak netralitas. Netralitas di sini ialah munculnya opini redaksi yang memiliki keberpihakan. Maka dapat terlihat jelas suatu media netral atau tidaknya dari tajuk rencana atau editorial yang dibuatnya.

Tujuan penelitian ini adalah ingin melihat sejauh mana netralitas isi tajuk rencana atau editorial dari kedua media nasional *Harian MediaIndonesia.com* dan *Tempo.co*. Apakah kedua media tersebut media yang bisa dipercaya masyarakat karena tidak adanya keberpihakan atau kedua media tersebut memiliki keberpihakan kepada suatu kelompok.

Tahapan untuk melihat netralitas editorial/tajuk rencana suatu media dengan menggunakan analisis isi kategori *Objektivitas Media* dengan *Netralitas* menurut *McQuail* yang terdiri dari empat aspek yaitu: *Sensationalism*, *Stereotype*, *Juxtaposition*, dan *Linkages*. Berikut ini adalah penjabaran tiap-tiap kategori yang digunakan dalam penelitian ini.

a. *Objektivitas Media Kategori Netralitas McQuail*

Untuk mengukur *Netralitas McQuail* digunakan empat indikator, antara lain:⁷⁰

1) *Sensasionalisme (Sensationalism)*

Sensasionalisme dapat diartikan sebagai sifat suka menimbulkan sensasi. Adanya *sensasionalisme* dalam editorial/tajuk, diukur melalui tiga hal:

- a) Ada tidaknya personalisasi dalam editorial, yakni adanya tokoh yang paling dominan dan paling berpengaruh daripada tokoh lainnya dalam teks editorial pada *Harian MediaIndonesia.com* dan *Tempo.co* dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019.
- b) Ada tidaknya emosionalisme dalam editorial, yakni adanya penonjolan aspek emosi (suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya) dibandingkan aspek logis rasional dalam penyajian editorial pada *Harian MediaIndonesia.com* dan *Tempo.co* dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019.
- c) Ada tidaknya dramatisasi atau pemberitaan yang hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis dalam editorial *Harian MediaIndonesia.com* dan *Tempo.co* dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019.

⁷⁰ Rahayu, *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, (Pusat Kajian Media dan Budaya Populer: Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi, 2006, 24-26)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Stereotype

Ada tidaknya *stereotype* berupa penggunaan atribut kata tertentu yang berasosiasi pada tokoh atau kelompok dalam editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019.

3) Juxtaposition

Ada tidaknya *juxtaposition*, yakni menyandingkan dua hal yang tidak sebanding (kontras) dalam editorial untuk menghasilkan kesan dramatis dalam menyajikan editorial pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019.

4) Linkages

Ada tidaknya *linkages*, yakni membandingkan dua hal yang tidak berhubungan untuk menimbulkan efek asosiatif dalam teks editorial. Sehingga seakan-akan memiliki hubungan sebab akibat pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.com dalam pemberitaan pasca-Pilpres 2019.

Dalam penelitian ini, penulis menyusun operasional variabelnya sebagai berikut, yaitu:

Table 2.2
Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Variabel Operasional	Pilihan Jawaban
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Objektivitas Media (Netralitas McQuail)	1. Sensationalism, yang terdiri dari indikator a. Personalisasi b. Emosionalisasi c. Dramatisasi	a. Ya b. Tidak
		2. Stereotype, memberikan atribut pada individu atau kelompok tertentu	a. Ya b. Tidak
		3. Juxtaposition, menggeser pemaknaan dua fakta yang berbeda menjadi sama secara kontras	a. Ya b. Tidak
		4. Linkages, menghubungkan dua fakta yang berbeda sehingga diasosiasikan memiliki hubungan sebab-akibat.	a. Ya b. Tidak

E. Kerangka Pikir

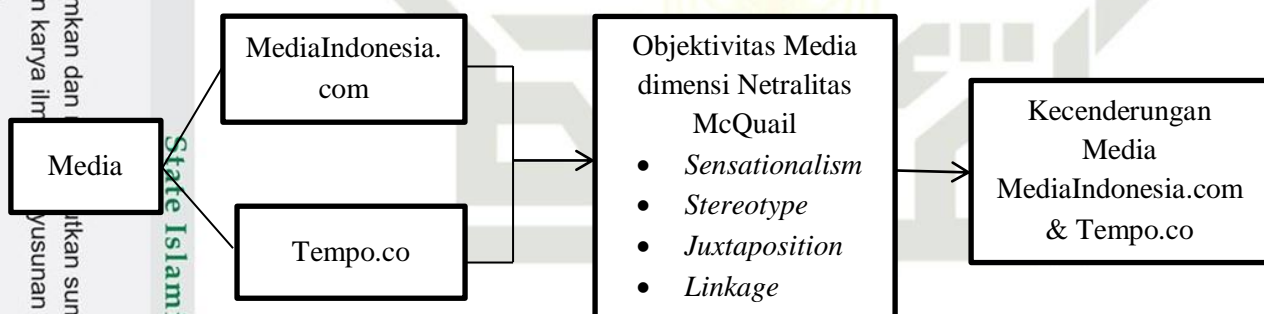
Kerangka pikir merupakan suatu hal yang penting untuk memberikan arah bagi peneliti dalam proses penelitiannya. Tujuan dibuatnya kerangka pikir adalah untuk menggambarkan alur proses penelitian yang dibuat secara jelas agar memudahkan pemahaman yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membaca. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kecenderungan media di Harian Media Indonesia.com dan Tempo.co melalui isi tajuk rencana atau editorial pemberitaan pasca-Pilpres edisi 18 April-27 Mei 2019. Tahapan untuk melihat netralitas editorial/tajuk rencana suatu media dengan menggunakan analisis isi kategori Objektivitas Media dengan Netralitas menurut McQuail yang terdiri dari empat aspek yaitu: *Sensationalism*, *Stereotype*, *Juxtaposition*, dan *Linkages*.

Dalam penelitian ini, netralitas hanya dilihat dari aspek pemakaian kata-kata yang dapat menimbulkan sensasionalisme dan emosionalisme. Disamping itu, ditambahkan juga aspek *stereotype* dan dua aspek teknik penulisan berita, yakni *juxtaposition* dan *linkage*. Penelitian ini hanya melihat kecenderungan netralitas dari pemberitaan pasca-Pilpres tidak menghitung keseluruhan objektivitas media.

Gambar 2.3
Kerangka Pikir Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019
Periode 18 April-27 Mei 2019



Pada gambar 2.3 dapat dilihat alur penelitian ini, media yang akan diteliti merupakan dua media besar nasional Indonesia yaitu Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co. Penelitian ini ingin melihat sejauh mana netralitas kedua media di atas dengan menggunakan alat ukur Objektivitas Media dimensi Netralitas oleh McQuail yang terdiri dari empat indikator, yakni sensasionalisme, stereotype, juxtaposition, dan linkage.

Setelah mendapatkan hasil penelitian dari kategori di atas, maka penelitian ini mendapatkan hasil temuan Kecenderungan Media (netral atau tidak) dari dua media nasional, yakni Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co dalam menerbitkan Editorial/Tajuk Rencana pemberitaan pasca-Pilpres 2019 periode April-Mei 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.⁷¹ Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka. Pengambilan datanya disebut penelitian kuantitatif.⁷² Dalam analisis data kuantitatif harus bersifat objektif dengan diuji terlebih dahulu dan memiliki alat ukur yang sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas.

Penelitian ini menghitung jumlah keseluruhan editorial/tajuk rencana pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co selama edisi 2 bulan penerbitan terhitung dari April dan Mei 2019. Dalam penelitian data yang bersifat kuantitatif dengan teknik analisis isi akan diinterpretasikan melalui hasil pengkodean dan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Analisis isi kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Maka tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.⁷³

Maka secara umum analisis isi kuantitatif adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan

⁷¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group (2006, 55)

⁷² Yerry Panji, *Pendekatan Kuantitatif, Modul Metode Penelitian Komunikasi*, Univ Mercubuana, IK, (2011, 3)

⁷³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, (2006, 57)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara objektif, valid, reliabel dan dapat direplikasi.⁷⁴

Pendekatan yang digunakan dalam metode analisis isi ini adalah analisis deskriptif. Metode ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang mendeskripsikan isi pesan.⁷⁵

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana netralitas media massa dalam menyajikan editorial/tajuk rencana mengenai pemberitaan pasca-Pilpres 2019 pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co dari 18 April-27 Mei 2019. Oleh karena itu, metode analisis isi digunakan sebagai teknik riset dalam kajian ini. Dengan menggunakan analisis isi diharapkan mampu mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media, mengetahui fungsi dan efek media, dan mengetahui apakah ada bias media.⁷⁶

Peneliti melakukan unit analisis tematik dengan menggunakan kategorisasi Objektivitas Media dengan Netralitas McQuail. Penelitian ini ingin melihat kecenderungan kualitas editorial/tajuk rencana dengan menggunakan kategorisasi Netralitas dari McQuail. Unit tematik lebih melihat tema (topik) pembicaraan suatu teks, secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa dan mengenai apa”.⁷⁷

Editorial/tajuk rencana mengenai pemberitaan pasca-Pilpres 2019 yang terdapat di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co selama edisi 18 April-27 Mei 2019 sudah dipilih sesuai dengan metode penarikan sampel. Pemilihan editorial/tajuk rencana sudah disesuaikan peneliti untuk diteliti mengenai kualitas pemberitaan berdasarkan kategorisasi Objektivitas Media dengan Netralitas McQuail. Editorial/tajuk rencana akan dianalisis dan dikodingkan sesuai dengan indikator-indikator yang telah dibuat.

Eriyanto, *Analisis Isi; Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2006, 15)

Eriyanto, *Analisis Isi; Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, (2011, 49)

Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana (2006, 233-234)

Eriyanto, *Op.Cit*, 84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada dua media nasional yaitu Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co yang berkedudukan di Jakarta, Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan hanya mengambil gambar (screenshot) editorial/tajuk rencana yang berkaitan seputar pemberitaan pasca-Pilpres 2019 periode April-Mei 2019 pada situs web <https://mediaindonesia.com/editorials> dan <https://koran.tempo.co/editorial>. Adapun waktu yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah selama dua bulan yaitu dari bulan November sampai dengan Desember 2020, dan dimungkinkan akan adanya penambahan waktu penelitian.

C. Unit Populasi dan Unit Sampel

Populasi adalah anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya.⁷⁸ Pengertian populasi menurut Sugiyono yaitu sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.⁷⁹ Populasi adalah konsep yang abstrak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit populasi. Unit populasi sendiri adalah seluruh pemberitaan pada periode yang akan diteliti baik yang berkaitan dengan fokus penelitian maupun tidak. Unit populasi penelitian ini adalah seluruh editorial pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co mulai tanggal 18 April-27 Mei 2019 sejumlah 60 editorial, yaitu 34 editorial dari Harian MediaIndonesia.com dan 26 editorial dari Tempo.co.

Pertimbangan penulis mengambil unit populasi pada masa tersebut karena pada masa tersebut masih segar atau masih hangat-hangatnya pemberitaan setelah proses pencoblosan pemilihan presiden yang dilaksanakan pada 17 April 2019. Editorial diluar periode 18 April-27 Mei 2019 tidak termasuk dalam unit populasi penelitian ini.

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit sampel. Unit sampel sendiri adalah unit pemberitaan yang berkaitan langsung dengan fokus kajian yang akan diteliti. Unit sampel penelitian ini adalah editorial pemberitaan yang berhubungan dengan pasca-Pilpres 2019 pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co mulai tanggal 18 April-27 Mei 2019 yang berjumlah 24

⁷⁸Eriyanto, *Op.Cit*, 109

⁷⁹Kriyantono, *Op.Cit*, 156

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

editorial, yaitu 12 editorial dari Harian MediaIndonesia.com dan 12 editorial dari Tempo.co.

Table 3.1
Jumlah Keseluruhan Editorial

Media	Unit Populasi	Unit Sampel
MediaIndonesia.com	34	12
Tempo.co	26	12
Jumlah:	60	24

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.⁸⁰ Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama untuk melakukan penelitian ini yang terdiri dari:

a. Dokumentasi

Dokumentasi dapat digunakan sebagai data utama dalam melakukan sebuah riset atau penelitian. Dalam penelitian ini data utama berupa dokumentasi editorial pemberitaan pasca-Pilpres pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co selama 18 April-27 Mei 2019.

b. Data Pengkoder/Coding Sheet

Data khas untuk penelitian analisis isi yang berisikan pertanyaan dan dibuat berdasarkan sub unit analisis. Pertanyaan ini harus dijawab oleh dua pengkoder dalam bentuk pilihan jawaban.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dalam melakukan penelitian ini yang diperoleh melalui literatur yang relevan dalam permasalahan penelitian. Sumber-sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, situs internet, makalah ilmiah, skripsi, majalah atau artikel tentang sejarah, sepak terjang media, profil perusahaan MediaIndonesia.com dan Tempo.co yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Kriyantono, *Op.Cit*, 91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Ada beberapa jenis validitas yang dikenal dalam analisis isi. Sejumlah buku (Krippendorff; Neuendorf; Holsti; Riffe et al.) menyajikan uraian mengenai beragam validitas yang biasa dipakai dalam analisis isi, masing-masing: validitas muka (*face validity*), validitas kecocokan (*concurrent validity*), validitas konstruk (*construct validity*), validitas prediktif (*predictive validity*), dan validitas isi (*content validity*).⁸¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan validitas muka (*face validity*) untuk menentukan apakah alat ukur yang dipakai memang mengukur konsep yang ingin diukur. Validitas muka (*face validity*) mengecek dan memastikan bahwa ukuran yang dipakai sesuai dengan yang ingin diukur.

Pendekatan utama dalam validitas muka adalah “*what you see is what you get*” (Neuendorf). Hasil dari suatu analisis isi tergantung kepada alat ukur yang dipakai. Karena itu, validitas ini akan melihat apakah alat ukur yang dipakai telah sesuai dengan apa yang ingin didapatkan.

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang kita pakai memenuhi unsur validitas muka (*face validity*) atau tidak, dapat dilakukan dengan dua cara, *Pertama*, melihat apakah alat ukur yang kita pakai telah diterima oleh komunitas ilmiah atau tidak (Neuman). Peneliti dapat mengecek dalam buku, jurnal, dan konferensi yang diselenggarakan oleh komunitas ilmiah di bidang yang kita teliti dan memastikan apakah alat ukur yang dipakai telah terima sebagai alat ukur yang valid. *Kedua*, menguji alat ukur yang dipakai kepada panel ahli. Peneliti dapat meminta beberapa ahli untuk mengevaluasi alat ukur, apakah alat ukur telah sesuai atau tidak.

Pada penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah Netralitas oleh McQuail yang dapat diukur berdasarkan 4 indikator yaitu, sensationalism, stereotype, juxtaposition, dan linkage. Dimana alat ukur yang digunakan sudah sering dipakai oleh peneliti terdahulu.

Eriyanto, *Op.Cit.* 260

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan yang sama dari peneliti satu ke peneliti lainnya.⁸² Untuk memperoleh reliabilitas dan validitas kategori kualitas pemberitaan maka perlu diadakan pengujian pada dua orang juri atau koder yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian ini mencapai hasil yang objektif dan reliabel. Salah satu teknik uji reliabilitas yang dapat digunakan adalah teknik yang dikemukakan oleh R. Holsti. *Intercoder reliability* dapat dilakukan dengan menggunakan data nominal dalam bentuk persentase pada tingkat persamaannya. Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satupun yang disetujui oleh para *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna diantara para *coder*. Makin tinggi angka, semakin tinggi pula angka reliabilitasnya.

Dalam formula R. Holsti angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya kalau di atas 0,7 berarti alat ukur ini reliabel. Tetapi, kalau di bawah 0,7 berarti alat ukur tidak reliabel.

Rumus untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut, **rumus Holsti:**⁸³

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{\text{Jumlah unit dalam kategori yang sama}}{\text{Jumlah total unit-unit yang dikode}}$$

Atau,

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = Reliabilitas antar coder

M = Jumlah unit yang disepakati di antara kedua pengkoding dalam kategori yang sama.

N1+N2 = Jumlah editorial yang diukur oleh pengkoding 1 (N1) dan pengkoding 2 (N2).

⁸²*Ibid*, 144

⁸³*Ibid*, 290

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti bertindak sebagai *coder* 2. Bertindak sebagai *coder* 1 adalah Melba Ferry Fadly, S.T. yang berpengalaman di bidang jurnalistik sejak 2014, yaitu selama 7 tahun sebagai Wartawan Bertuahpos.com. Jadi, sudah sangat paham soal pemberitaan secara teknis, juga paham secara teori.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan dan tujuan penelitian tentang analisis isi editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co periode April-Mei 2019 dianalisis melalui metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis isi adalah metode untuk mengkritisi teks media melalui analisis isi berita yang ditayangkan.

Langkah pertama adalah data dimasukkan ke dalam *coding sheet* yang di dalamnya memuat unit-unit analisis dan kategori, *coding* merupakan proses data mentah yang disusun secara sistematis. Pengolahan *coding* dilakukan secara kuantitatif yaitu distribusi frekuensi.

Setelah editorial melalui proses *coding* maka peneliti kemudian melakukan rekap data. Hasil rekap data tersebut selanjutnya dideskripsikan. Peneliti dengan pendekatan deskriptif hanya menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Data hasil penelitian diperoleh peneliti dengan mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang telah ditentukan dalam lembar *coding sheet*.

Selanjutnya peneliti akan menghitung poin penilaian berdasarkan masing-masing indikator dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

- P = Presentase
F = Frekuensi
N = Jumlah Populasi

Selanjutnya pencatatan frekuensi ini akan diinterpretasikan ke dalam tabel frekuensi hasil pengumpulan data. Frekuensi dari setiap unit analisis dalam penelitian akan diorganisasikan sehingga mempermudah proses analisis dan penarikan kesimpulan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan utama metode ini adalah mendeskripsikan karakteristik pesan yang ada dalam ruang publik dengan perantara teks media. Jadi, pesan adalah bahan dasar untuk melakukan penelitian (analisis isi).

Setelah ditentukan persentase frekuensi poin masing-masing unit analisis dan kategorinya, penilaian selanjutnya berkaitan dengan bobot penentuan tingkat kualitas berita. Penilaian ini pada akhirnya menggunakan skoring skala yang membedakan tingkat kategori.

Skala merupakan perbandingan antar kategori dimana masing-masing kategori diberi bobot nilai yang berbeda. Penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono, Skala Likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁸⁴ Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain: Sangat Setuju, Setuju, Ragu-Ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Sistem penilaian dalam skala Likert adalah sebagai berikut:

Item Favourable: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Ragu-Ragu (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1)

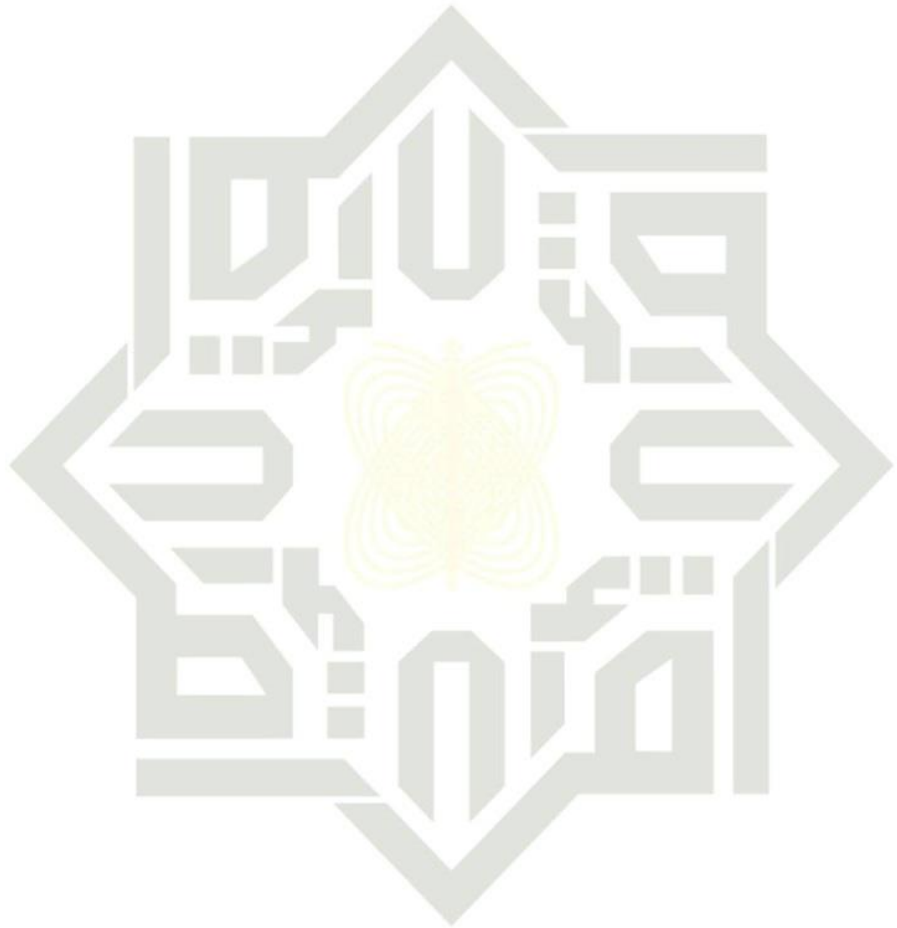
Item Unfavourable: Sangat Setuju (1), Setuju (2), Ragu-Ragu (3), Tidak Setuju (4), Sangat Tidak Setuju (5).

Dalam penelitian ini, peneliti mengubah kata-kata tersebut menjadi, Sangat Netral, Netral, Cukup Netral, Tidak Netral, dan Sangat Tidak Netral untuk menggambarkan kecenderungan netralitas pada editorial yang akan diteliti. Secara sederhana, tingkat kualitas dari editorial/tajuk rencana dibedakan dalam bentuk skala sebagai berikut:

- 1) “Sangat Netral” apabila editorial mendapatkan poin 1% sampai dengan 20%
- 2) “Netral” apabila editorial mendapatkan poin 21% sampai dengan 40%
- 3) “Cukup Netral” apabila editorial mendapatkan poin 41% sampai dengan 60%

⁸⁴Sugiyono. *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2012. Bandung: ALFABETA, 93

- 4) “Tidak Netral” apabila editorial mendapatkan poin 61% sampai dengan 80%
- 5) “Sangat Tidak Netral” apabila editorial mendapatkan poin 81% sampai dengan 100%.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengurnumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

A. Profil MediaIndonesia.com

1. Sejarah dan Perkembangan MediaIndonesia.com

Media Indonesia merupakan koran nasional yang terbit sejak 19 Januari 1970. Awalnya Media Indonesia hanya terdiri dari empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Kantor pertamanya saat itu beralamat di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dengan lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia. Pada 1976, Media Indonesia berkembang menjadi delapan halaman. Pada tahun yang sama, Media Indonesia juga sudah memiliki surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP).⁸⁵

Pada 1987, pendiri Media Indonesia Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Suryo Paloh, mantan pemimpin surat kabar Prioritas. Dari kerja sama itu lahirlah Media Indonesia dengan manajemen baru di bawah PT Citra Media Nusa Purnama. Surya Paloh menjabat direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum. Lokasi kantor juga pindah ke Jalan Gondangdia Lama No 46, Jakarta. Awal 1995, Media Indonesia mulai berkantor di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dan bertahan hingga saat ini. Pergantian kepemimpinan, baik di bagian redaksi maupun usaha, terjadi seiring berjalannya waktu.⁸⁶

Dengan tagline ‘Jujur Bersuara’, Media Indonesia terus berupaya menampilkan berita-berita actual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. Visi untuk membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik tetap tidak berubah.⁸⁷

MediaIndonesia.com merupakan situs berita online dari surat kabar harian Media Indonesia. MediaIndonesia.com memiliki rubrik berita seputar editorial, opini, hiburan, hukum dan politik, sepak bola, olahraga, internasional, megapolitan, nusantara, infografis, ekonomi,

“Tentang Kami - Media Indonesia.” Diakses 8 April 2020.

<https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>.

Ibid

Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

weekend dan lain sebagainya. Mediaindonesia.com tergabung ke dalam Media Group di bawah asuhan Surya Paloh.

Media Group memiliki beberapa media cetak seperti Lampung Post, Media Indonesia dan Tabloid Prioritas. Sedangkan untuk media elektronik, Media Group memiliki stasiun televisi swasta terbesar yaitu Metro TV. Sementara untuk media daring atau *online*, Media Group memiliki Medcom.id, Mediaindonesia.com, Metrotvnews.com dan Lampost.com.⁸⁸

2. Visi dan Misi

a. Visi

Media Indonesia memiliki visi “Menjadi Surat Kabar Independen yang Inovatif, Lugas, Terpercaya dan Paling Berpengaruh” dengan uraian visi sebagai berikut:

1. Independen, yaitu menjaga sikap non partisipan, dalam artian karyawan tidak menjadi pengurus partai politik, menolak segala bentuk pemberian yang dapat mempengaruhi objektivitas dan mempunyai keberanian bersikap beda.
2. Inovatif, yaitu terus menerus menyempurnakan dan mengembangkan kemampuan teknologi dan Sumber Daya Manusia (SDM), serta secara terus-menerus mengembangkan rubrik, halaman dan penyempurnaan perwajahan.
3. Lugas, yaitu menggunakan bahasa yang terang dan langsung.
4. Terpercaya, yaitu selalu melakukan *check* dan *recheck*, meliputi berita dari dua pihak dan seimbang, serta selalu melakukan investigasi dan pendalaman.
5. Paling berpengaruh, yaitu dibaca oleh para pengambil keputusan, memiliki kualitas editorial yang dapat mempengaruhi pengambil keputusan, mampu membangun kemampuan antisipatif, mampu membangun *network* narasumber dan memiliki pemasaran atau distribusi yang andal.⁸⁹

Amirullah. “Tiga Pemilik Media Massa Di Barisan Pendukung Jokowi.” Tempo, 10 September 2018. <https://nasional.tempo.co/read/1125147/tiga-pemilik-media-massa-di-barisan-pendukung-jokowi>. (diakses pada 1 Oktober 2020)

Damara, C. A. (2017). *Teknik Analisis Isi Berita Basuki Tjahaja Purnama Sebelum dan Sesudah Pilkada DKI Jakarta Putaran II (Analisis Isi Berita di Surat Kabar Media Indonesia dan Republik Periode 13 April-26 April 2017)*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, hlm 59-60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Misi

Media Indonesia memiliki Misi di antaranya:

1. Menyajikan informasi terpercaya secara nasional dan regional serta berpengaruh bagi pengambil keputusan.
2. Memepertajam isi yang relevan untuk pengembangan pasar.
3. Membangun sumber daya manusia dan manajemen yang professional dan unggul, mampu mengembangkan perusahaan penerbitan yang sehat dan menguntungkan.⁹⁰

3. **Filosofi Logo**

Gambar 4.1

Logo MediaIndonesia.com⁹¹


Gambar 4.2

Logo MediaIndonesia.com⁹²


Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) logo merupakan huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya.⁹³

Kata Media Indonesia MI mempresentasikan seluruh jajaran koran ini akan terus memodernisasi diri. Logo tersebut mengandung filosofi bahwa Media Indonesia adalah Koran modern yang hendak membawa tradisi reportase terpercaya, konsisten dan kukuh, dengan

⁹⁰ Damara, C. A. *Ibid*, hlm 59-60

⁹¹ "Media Indonesia | Referensi Indonesia." Diakses 6 Oktober 2020. <https://mediaindonesia.com/>.

⁹² "Media Indonesia | Referensi Indonesia." Diakses 6 Oktober 2020. <https://mediaindonesia.com/>.

⁹³ "Arti kata logo - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Diakses 6 Oktober 2020. <https://kbbi.web.id/logo>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tetap memperhatikan dinamika di masyarakat. Media Indonesia akan tuntas membahas persoalan atau peristiwa dengan mengutamakan ke dalam daripada keragaman karena Media Indonesia tidak menyajikan berita bergaya berita bersambung. Kedalaman tercermin dari cara penyampaian yang lebih menggunakan gaya majalah atau *magazine style* dari gaya penulisan berita keras atau *hardnews*.

Media Indonesia berkeyakinan hanya pembahasan secara tuntas dan mendalam yang mampu mengatasi keraguan pembaca saat menyikapi sebuah peristiwa. Media Indonesia juga mementingkan kontinuitas, kesinambungan atau berkelanjutan. Media Indonesia juga akan bersikap konsisten ketika memandang suatu persoalan dengan tetap memperhatikan dinamika masyarakat. Media Indonesia melakukan inovasi dengan menampilkan grafis berisi angka dan data untuk menambah bobot peristiwa atau berita. Segala upaya merealisasikan inovasi, konsistensi, kontinuitas dan akurasi konten ini semata untuk terus meningkatkan kualitas, kredibilitas dan keterpercayaan koran yang berskala nasional di mata pembacanya.⁹⁴

4. Struktur Organisasi dan Manajemen⁹⁵

Pendiri	: Drs. H. Teuku Yousli Syah, MSi (Alm)
Direktur Utama	: Firdaus Dayat
Dir. Pemberitaan/Penanggung Jawab	: Gaudensius Suhardi
Dir. Keuangan dan Administrasi	: Firdaus Dayat
Dewan Redaksi Media Group	:
Ketua	: Usman Kansong (merangkap anggota)
Wakil Ketua	: Abdul Kohar (merangkap anggota)
Sekretaris	: Nunung Setiyani
Anggota	: Elman Saragih, Bambang Eka Wijaya, Suryopratomo,

⁹⁴“Media Indonesia | Referensi Indonesia.” Diakses 6 Oktober 2020. <https://mediaindonesia.com/>.

⁹⁵“Tentang Kami - Media Indonesia.” Diakses 6 Agustus 2020. <https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Don Bosco Selamun, Arief Suditomo, Budiyanto, Gaudensius Suhardi, Kania Sutisnawinata, Iskandar Zulkarnain
Dewan Pengarah	: Lestari Moerdijat, Saur M. Hutabarat, Adrianto Machribie
Redaktur Senior	: Elman Saragih
Kepala Divisi Pemberitaan	: Teguh Nirwahyudi
Kepala Divisi Content Enrichment	: Ade Alawi
Kepala Divisi Artistik & Foto	: Hariyanto
Asisten Kepala Divisi Pemberitaan	: Ahmad Punto, Haryo Prasetyo, Henri Salomo, Jaka Budi Santosa, Mochamad Anwar Surahman, Rosmery C. Sihombing, Sabam Sinaga, Sadyo Kristiarto (Nonaktif), Victor J.P. Nababan
Kepala Sekretariat Redaksi	: Ida Farida
Redaktur	: Adiyanto, Agus Mulyawan, Agus Triwibowo, Agus Wahyu Kristianto, Anton Kustedja, Aries Wijaksana, Baharman, Basuki Eka P, Bintang Krisanti, Cri Qanon Ria Dewi, Eko Rahmawanto, Eko Suprihatno, Heryadi, Irana Shalindra, M. Soleh, Mathias S. Brahmana, Mirza Andreas, Raja Suhud V.H.M, Soelistijono, Sitria Hamid, Sri Purwandhari, Widhoroso, Windy Dyah Indriantari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Staf Redaksi

: Abdillah M. Marzuqi, Adam Dwi Putra, Agung Wibowo, Ahmad Maulana, Akhmad Mustain, Akmal Fauzi, Andhika Prasetyo, Astri Novaria, Budi Ernanto, Cahya Mulyana, Denny Parsaulian Sinaga, Deri Dahuri, Dero Iqbal Mahendra, Dhika Kusuma Winata, Dwi Tupani Gunarwati, Emir Chairullah, Fetry Wuryasti, Gana Buana, Ghani Nurcahyadi, Golda Eksa, Haufan H. Salengke, Indriyani Astuti, Irvan Sihombing, Jonggi Pangihutan M, Mohamad Irfan, Muhamad Fauzi, Nur Aivanni Fatimah, Nurtjahyadi, Panca Syurkani, Permana Pandega Jaya, Putra Ananda, Putri Anisa Yulianti, Putri Rosmalia Octaviyani, Ramdani, Retno Hemawati, Rizki Noor Alam, Rudy Polycarpus, Selamat Saragih, Sidik Pramono, Siswantini Suryandari, Siti Retno Wulandari, Sri Utami, Sugeng Sumariyadi, Sumaryanto, Susanto, Syarief Oebaidillah, Tesa Oktiana Surbakti, Thalatie Yani, Thomas Harming Suwarta, Usman Iskandar, Wisnu Arto Subari, Zubaedah Hanum

Biro Redaksi

: Dede Susianti (Bogor); Eriez M. Rizal (Bandung); Kisar Rajagukguk (Depok);

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Firman Saragih (Karawang);
Sumantri Handoyo
(Tangerang); Yusuf Riaman
(NTB); Dwi Apriani
(Palembang); Haryanto
(Semarang); Widjajadi
(Solo); Faishol Taselan
(Surabaya).

DIVISI TABLOID, MAJALAH, DAN BUKU (PUBLISHING)

**Asisten Kepala Divisi
Redaktur**

: Iis Zatnika
: Eni Kartinah

**Mediaindonesia.com
Asisten Kepala Divisi
Redaktur**

: Henri Salomo
: Basuki Eka Purnama,
Baharman, Widhoroso
: Siswantini Suryandari,
Akhmad Mustain, Astri
Novaria, Ghani Nurcahyadi,
Siti Retno Wulandari, Rudy
Polycarpus, Muhammad
Fauzi, Deri Dahuri, Denny
Parsaulian Sinaga, Retno
Hemawati, Tesa Oktiana
Surbakti

Media Sosial

: Panji Arimurti, Berlin
Fridiary, Thania Astavarie

Videografer

: Ramdani, R.M Zen, Ricky
Julian, Vicky Gustiawan

Grafis

: Bayu Wicaksono

Staf Redaksi

: Thomas Harming Suwarta,
Dedy Priyanto, Fazri Al
Fauza, Muhammad
Syaifullah, Riky Wismiron,
Rimbo Afred, Tri Winarno

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artistik

Asisten Kepala Divisi

Redaktur

: Rio Okto Waas

: Annette Natalia, Budi Setyo Widodo, Donatus Ola Pereda, Gatot Purnomo, Gugun Permana, Marjuki

Staf Artistik

: Ami Luhur, Ananto Prabowo, Bayu Wicaksono, Briyan Bodo Hendro, Dedy, Duta Amarta, Fauzi Zulkarnaen, Haris Imron Armani, Haryadi, Marionsandez G, Muhamad Nasir, Nehemia Nosevy Kristanto, Novi Hernando, Nurkania Ismono, Nurul Arohmat, Pamungkas Bayu Aji, Reza Fitarza Z, Riri Puspa Destianty, Rugadi Tjahjono, Seno Aditya, Swielida Angraita, Tutik Sunarsih

Olah Foto

: Ade Rian H, Andi Nursandi

PENGEMBANGAN BISNIS

Deputi Direktur Pengembangan Bisnis

: Fitriana Saiful Bachri

Deputi Direktur Sales & Marketing

: Gustaf Bernhard R

Kepala Divisi Iklan

: Wendy Rizanto

5. Alamat Redaksi

Redaksi MediaIndonesia.com

Alamat Redaksi : Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D Kedoya Selatan, Kebon Jeruk Jakarta Barat, DKI Jakarta 11520, Indonesia.

Telepon Redaksi : 021-5821303

Email : redaksi.micom@mediaindonesia.com

Website : <https://mediaindonesia.com>

Customer Service MediaIndonesia.com

Whatsapp : 0811-123-7979

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Facebook : Media Indonesia
 SMS : 0811-123-7979
 Email : cs@mediaindonesia.com⁹⁶

B. Profil Tempo.co

1. Sejarah dan Perkembangan Tempo.co

Pendirian majalah Tempo pada 1971 diawali perundingan enam orang wartawan. Goenawan Mohammad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christanto Wibisono, berunding dengan Ciputra selaku pendiri/ketua Yayasan Jaya Raya, serta Eric Samola yang menjabat sebagai sekretaris. Rapat dilaksanakan di kantor Ciputra, di kawasan Proyek Senen. Pada hari yang sama rapat dilanjutkan malam hari sampai tuntas, di kediaman Ciputra di kawasan Slipi, Jakarta Barat. Hasil perundingan itu menyepakati dibentuknya majalah Tempo yang dimodali Yayasan Jaya Raya.⁹⁷

Pada Februari 1971, terbit edisi pengenalan majalah Tempo tanpa tanggal dengan cover berjudul “Tragedi Minarni dan Kongres PBSI”. Selanjutnya, 6 Maret 1971 edisi perdananya terbit dengan cover berjudul “Film Indonesia: Selamat Datang, Sex.” Dalam *masthead* terbitan awal tertera Yayasan Jaya Raya, Jaya Press sebagai penerbit. Tiga tahun kemudian, pada 4 Februari 1974, Yayasan Jaya Raya dan PT Pikatan mendirikan PT Grafiti Pers, dengan kepemilikan saham bersama 50:50. PT Pikatan dibentuk oleh para pendiri Tempo agar karyawan-karyawannya berkesempatan memiliki saham. Sejak itulah dalam *masthead* tercantum PT Grafiti Pers sebagai penerbit majalah Tempo.⁹⁸

Edisi-edisi awal majalah Tempo mengetengahkan artikel seni, gaya hidup, dan perilaku yang sampai pada taraf tertentu terasa segar dan baru. Meski mulai memiliki pasar, dalam perjalanannya, majalah ini menemui sejumlah tantangan. Pada 1982, untuk pertama kalinya, majalah Tempo dibredel karena dianggap terlalu tajam mengkritik rezim Orde Baru dan kendaraan politiknya, Partai Golkar. Pembredelan itu dilakukan Pemerintah terhadap Tempo ini terkait dengan Pemilu 1982. Pembredelan

⁹⁶ Developer, mediaindonesia.com. “Kontak - Media Indonesia,” 1 Januari 1970. <https://mediaindonesia.com/>.

⁹⁷ Tempo.co. “Tempo - Digital Sales Products.” Diakses 23 September 2020. <https://www.tempo.id/corporate.php#sejarah>.

⁹⁸ Tempo.co. *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kedua terjadi pada 21 Juni 1994, majalah Tempo dibredel pemerintah melalui Menteri Penerangan Harmoko. Majalah ini dinilai terlalu keras mengkritik Habibie serta Soeharta ihwal pembelian kapal bekas dari Jerman Timur.⁹⁹

Selepas Soeharto lengser pada 21 Mei 1998, mereka yang pernah bekerja di majalah Tempo tercerai-berai akibat pembredelan dan melakukam rembuk ulang untuk memutuskan perlu atau tidak majalah ini terbit kembali. Hasilnya, disepakati majalah Tempo harus terbit kembali. Maka, sejak 6 Oktober 1998, majalah ini pun hadir kembali di bawah naungan PT Arsa Raya Perdana. Untuk meningkatkan skala dan kemampuan penetrasi ke bisnis dunia media, pada 2001, PT Arsa Raya Perdana, melakukan *go public* dan mengubah namanya menjadi PT Tempo Inti Media, Tbk. (Perseroan) sebagai peberbit majalah Tempo yang baru. Dana dari hasil *go public* dipakai menerbitkan Koran Tempo.¹⁰⁰

Tempo mencanangkan tahun 2020 sebagai Total Transformasi Digital. Ada sejumlah alasan Tempo agresif mengembangkan *platform* digital dengan tumpuan awal media online Tempo.co. Pertama, Tempo harus cepat beradaptasi menghadapi perubahan pasar dan ekosistem di industri media. Industri media merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak *digital disruption*. Oplah media cetak terus menurun, dan porsi iklan untuk media cetak juga terus mengecil. Transformasi menuju media digital menjadi sebuah keniscayaan.

Kedua, kelompok usia produktif penduduk Indonesia pada 2019 mencapai 183 juta orang, sekitar 118 juta atau hampir 65 persen di antaranya berusia 15-40 tahun. Mereka yang sangat melek teknologi informasi ini merupakan pasar yang sangat potensial untuk media digital. Ketiga, Tempo ingin menjadi *clearing house of information* dengan menghadarkan informasi yang dapat dipercaya di tengah sebaran hoaks, terutama di media sosial, yang kian meluas.¹⁰¹

Transformasi digital ini sudah mulai menunjukkan hasilnya. Sirkulasi digital menunjukkan peningkatan yang menjanjikan. Aplikasi *all access* Tempo Media mendatangkan jumlah pelanggan berbayar yang signifikan meskipun masih belum mampu menggantikan pelanggan Tempo edisi cetak. Melalui aplikasi ini, pada tahap awal, pelanggan

⁹⁹ Ibid

¹⁰⁰ Ibid

¹⁰¹ Tempo.co. Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbayar bisa mengakses Majalah *Tempo* dan *Koran Tempo* versi digital. Tempo secara total juga terus mengembangkan produk-produk digital. Salah satunya adalah dengan mengembangkan aplikasi yang mengintegrasikan semua platform produk informasi: majalah, koran, dan digital. Dengan satu identitas (*single ID*), konsumen dapat mengakses semua platform ditambah arsip majalah *Tempo* sejak 1971. Tempo melayani setiap konsumen dengan cara berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Pelanggan cukup mengakses informasi yang diperlukan, seperti berita politik, ekonomi, otomotif, dan selebritas.¹⁰²

Salah satu anak usaha Departemen Media, *Tempo.co* atau PT Info Media Digital (IMD), dalam dua tahun terakhir terus mengembangkan produk-produk turunannya, yakni *GoOto*, *Cantika*, *Teras.id*, dan *Foodizz*. *Teras.id* merupakan produk kolaborasi *tempo.co* dengan media-media online di daerah. Langkah paling strategis IMD pada adalah mengakuisisi 55 persen saham Rombak Pola Pikir Media, perusahaan *startup* yang memiliki tiga produk: kanal YouTube *Kok Bisa?*, *Ziliun.com*, dan *Telusuri.id*. Dari ketiga produk itu, *Kok Bisa?* paling fenomenal karena pasarnya adalah kalangan muda yang selama ini bukan pembaca media Tempo. Kanal *Kok Bisa?* Pada awal 2020 memiliki 1,9 juta pelanggan dengan total jumlah 194 juta viewer untuk seluruh videonya.¹⁰³

2. Visi dan Misi

a. Visi

Tempo memiliki visi menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.¹⁰⁴

b. Misi

Adapun misi dari Tempo ialah:

1. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.

¹⁰² Ibid

¹⁰³ Ibid

¹⁰⁴ Tempo.co. "Tempo - Digital Sales Products." Diakses 6 Oktober 2020. <https://www.tempo.id/about.php#visimisi>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
3. Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
4. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
6. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.¹⁰⁵

3. Filosofi Logo Tempo.co

Gambar 4.3

Logo Tempo.co¹⁰⁶

TEMPO.CO

Gambar 4.4

Logo Tempo.co¹⁰⁷

T

TEMPO MEDIA GROUP

Filosofi Tempo tergambar dalam pengantar edisi pertama Tempo, Maret 1971. Ketika itu Goenawan Mohamad menulis:

Asas jurnalisme kami bukanlah jurnalisme yang memihak satu golongan. Kami percaya bahwa kebajikan, juga ketidakbajikan, tidak menjadi monopoli satu pihak. Kami percaya bahwa tugas pers bukanlah menyebarkan prasangka, justru melenyapkannya, bukan membenihkan kebencian, melainkan mengkomunikasikan saling pengertian. Jurnalisme

Tempo.co. *Ibid*

Products, Tempo-Digital Sales. "Tempo - Digital Sales Products." Diakses 28 September 2020. <https://www.tempo.id/about.php>.

Products, Tempo-Digital Sales. "Tempo - Digital Sales Products." Diakses 28 September 2020. <https://www.tempo.id/about.php>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

majalah ini bukanlah jurnalisme untuk memaki atau mencibirkan bibir, juga tidak dimaksudkan untuk menjilat atau menghamba.

Nilai budaya Tempo adalah terpercaya, merdeka, dan profesional. Terpercaya didefinisikan sebagai menjunjung tinggi nilai kejujuran, integritas, dan konsistensi. Merdeka adalah memberikan ruang untuk kebebasan, berfikir, dan berekspresi. Sedangkan profesional adalah memiliki kompetensi yang tinggi di bidangnya.¹⁰⁸

Terdapat empat alasan mengapa nama “Tempo” dipilih sebagai nama majalah. Pertama, singkat dan bersahaja, mudah diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan. Kedua, nama ini terdengar netral, tidak mengejutkan ataupun merangsang. Ketiga, nama ini bukan symbol suatu golongan. Dan akhirnya arti “Tempo” sederhana saja, yaitu waktu sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik di seluruh dunia.¹⁰⁹

4. Struktur Organisasi dan Manajemen

TEMPO.CO (PT INFO MEDIA DIGITAL)¹¹⁰

Direktur Utama	: Toriq Hadad
Direktur	: Burhan Sholihin, Y. Tomi Aryanto, Wahyu Dhyatmika
Pemimpin Redaksi	: Setri Yasra
Redaktur Eksekutif	: Anton Aprianto
Koordinator Kanal Vertikal	: Anton Aprianto

NASIONAL DAN HUKUM

Kepala	: Syailendra Persada
Redaktur	: Eko Ari Wibowo
Staf Redaksi	: Amirullah, Friski Riana, Egy Adyatama, Aditya Budiman
Reporter	: Andita Rahma, Budiarti Utami Putri, Dewi Nurita, M. Rosseno Aji Nugroho

¹⁰⁸ Products, Tempo-Digital Sales. “Tempo - Digital Sales Products.” Diakses 23 Desember 2020. <https://www.tempo.id/corporate.php#filosofi>.

¹⁰⁹ Products, Tempo-Digital Sales. “Tempo - Digital Sales Products.” Diakses 23 September 2020. <https://www.tempo.id/corporate.php#sejarah>.

¹¹⁰ “Tentang Kami - Tempo.Co.” Diakses 6 Agustus 2020. <https://www.tempo.co/about>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

EKONOMI DAN BISNIS

Kepala

: Rr Aryani Wdyastuti

Redaktur

: Kodrat Setiawan

Staf Redaksi

: Ali Ahmad Noor Hidayat

Reporter

: Caesar Akbar, Dias Prasongko, Fajar Febrianto, Muhammad Hendratyo Hanggi, Francisca Christy Rosana

METRO

Kepala

: Juli Hantoro

Redaktur

: Tjandra Dewi, Dwi Arjanto, Endri Kurniawati

Staf Redaksi

: Martha Warta Silaban

Reporter

: Adam Prireza, Imam Hamdi, M Julnis Firmansyah, Lani Wijaya, M. Yusuf Manurung

INTERNASIONAL

Kepala

: Maria Rita Ida Hasugian

Staf Redaksi

: Budi Riza

GAYA HIDUP

Kepala

: Rini Kustiani

Redaktur

: Istiqomatul Hayati

Staf Redaksi

: Cheta Nilawaty, Mitra Tarigan, Mila Novita, Ninis Chairunnisa, Yunia Pratiwi

SAINS, SPORT DAN OTOMOTIF

Kepala

: Nurdin Saleh

Redaktur

: Rina Widiastuti, Jobpie Sugiharto

Staf Redaksi

: Erwin Z. Prima, Wawan Priyanto, Febriyan

PENGEMBANGAN AUDIENS

Manajer

: Nita Azhar

Analisis Data

: Rahmawati

Media Sosial

: Abdur Rohim Latada

TERAS.ID

Redaktur Pelaksana

: Yosep Suprayogi

Redaktur

: S. Dian Andryanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

INDONESIANA

Redaktur Pelaksana : Tulus Wijanarko

TEKNOLOGI INFORMASI

Kepala : Handy Dharmawan

Koordinator : William Rince

Programer : Birtha Arifudzaki, Abdul Rozaq Tri Novanto, Riky Susanto, Arif Hidayat, Reza Pahlevi

Web Desainer : Sunardi

MAJALAH TEMPO

Pemimpin Redaksi : Wahyu Dhyatmika

Redaktur Eksekutif : Anton Septian

NASIONAL DAN HUKUM

Redaktur Pelaksana : Stefanus Teguh Edi Pramono

Redaktur : Mustafa Silalahi, I Wayan Agus Purnomo, Raymundus Rikang, Linda Trianita

Staf Redaksi : Riky Ferdianto, Hussein Abri Dongoran, Devy Ernis

EKONOMI

Redaktur Pelaksana : Agoeng Wijaya

Redaktur : Retno Sulistyowati, Khairul Anam, Aisha Shaidra

INVESTIGASI

Redaktur Pelaksana : Bagja Hidayat

Redaktur : Agung Sedayu, Erwan Hermawan, Dini Pramita

INTERNASIONAL

Redaktur Pelaksana : Kurniawan

Redaktur : Gabriel Wahyu Titiyoga

SENI DAN INTERMEZO

Redaktur Pelaksana : Seno Joko Suyono

Redaktur Utama : Nurdin Kalim

Staf Redaksi : Moyang Kasih Dewi Merdeka, Isma Savitri

SAINS DAN SPORT

Redaktur Utama : Dodi Hidayat

Redaktur : Abdul Manan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

GAYA HIDUP

Redaktur Pelaksana : Sapto Yunus
Redaktur : Mahardika Satria Hadi, Nur Alfiyah, Aisha Shaidra

KREATIF, FOTO DAN BAHASA

Redaktur Desain : Eko Punto Pambudi
Desainer Senior : Aji Yuliarto, Djunaedi, Gatot Pandego, Imam Yunianto, Kendra H. Paramita, Munzir Fadly

Desainer : Agus Darmawan Setiadi, Rudy Asrori
Penata Letak : Ahmad Fatoni, Arief Mudi Handoko, Endang Wijaya, Hindrawan, Junianto Prasongko, Lukmanul Hakim

Redaktur Foto : Gunawan Wicaksono, Ijar Karim
Periset Foto : Jati Mahatmaji, Ratih Purnama Ningsih, Nita Dian Afianti, Bintari Rahmawati, Fardi Bestari, Charisma Adrysti

Fotografer : Amston Probel, Subekti
Redaktur Bahasa : Hasto Pratikno, Iyan Bastian
Staf Senior : Michael Timur Kharisma, Suhud Sudarjo, Hardian Putra Pratama, Sekar Septiandari
Staf : Andry Setiawan, Edy Sembodo, Ogi Raditya, Tasha Agrippina

KORAN TEMPO

Pemimpin Redaksi : Budi Setyarso
Redaktur Eksekutif : Jajang Jamaludin

NASIONAL DAN HUKUM

Redaktur Pelaksana : Sunudyantoro
Redaktur : Efri Ritonga, Rusman Paraqbug
Staf Redaksi : Robby Irfany Maqoma, Maya Ayu Puspitasari, Avit Hidayat, Diko Oktara Achmad Yani, Rezki Alvionitasari

EKONOMI

Redaktur Pelaksana : Yandhrie Arvian
Redaktur : Ali Nur Yasin, Fery Firmansyah
Staf Redaksi : Andi Ibnu Masri, Ghoida Rahmah, Larrisa Huda, Vindry Florentin, Yohanes Paskalis

METRO

Redaktur Pelaksana : Reza Maulana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Redaktur : Suseno
Staf Redaksi : Fransisco Rosarians Enga Geken, Gangsar Parikesit, Inge Klara Safitri

INTERNASIONAL

Redaktur : Sukma N. Loppies
Staf Redaksi : Sita Planasari

SENI

Redaktur : Mustafa Ismail
Staf Redaksi : Dian Yuliasuti

SAINS DAN SPORT

Redaktur Pelaksana : Firman Atmakusuma
Redaktur : Irfan Budiman
Staf Redaksi : Afrilia Suryanis, Indra Wijaya, Nur Haryanto

TEMPO ENGLISH

Pemimpin Redaksi : Wahyu Dhyatmika
Redaktur Eksekutif : Philipus Perera
Redaktur Pelaksana : Purwani Diah Prabandari
Redaktur : Lucas Edward
Koordinator Produksi : Dewi Pusfitasari

TV TEMPO

Direktur : Budi Setyarso
Produser Eksekutif : M. Nur Hidayat
Produser : Alfian Noviar, Budhi Santoso
Editor Video : Akbar Ramadhan

PUSAT DATA DAN ANALISA TEMPO

Direktur : Burhan Sholihin
Kepala : Priatna
Riset : Ai Mulyani, Arif Priandono
Data : Agus Supriyanto, Ismail, Evan Koesoemah, Danni Muhadiansyah

Buku : Siti Rhanty
Marketing : Seto Ajie Wijaya

KEPALA PEMBERITAAN KORPORAT: Arif Zulkifli

BIRO PENDIDIKAN, OMBUDSMAN DAN DIGITALISASI MEDIA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepala Biro Pendidikan : Philipus Parera
: Jajang Jamaludin (Koordinator), Anton Aprianto

Ombudsman : Purwani Dyah Prabandari (Koordinator)

MULTIMEDIA

Kepala : Nana Riskhi Susanti
Fotografer : Amston Probel (Koordinator), Subekti
Periset Foto : Charisma Adristy, Fardi Bestari, Nufus Nita

Editor Video : Ngarto Febuana (Koordinator), Ryan Maulana

Videografer : Ridian Eka Saputra
Produser Podcast : Dewa Made Erdy Kusuma

MEDIALAB

Kepala : Moerat Sitompul
Staf Redaksi : Krisna Pradipta, Angelina Anjar Sawitri
Desainer : Imam Riyadi, Rio Ari Seno, Riyan Rahmat

PT TEMPO INTI MEDIA TBK

Direktur Utama : Toriq Hadad
Direktur : Arif Zulkifli, Sebastian Kinaatmaja, Meiky Sofyansyah

Sekretariat Korporat : Y. Tomi Aryanto
Pemasaran : Ade Liesnasari
Iklan : M.M. Ekawati, Silvia Husnaini, Fransisca W.R, Revvy Oktaria, Rizqi Filco, Gian Ardy, Adimas Triyono, Rakasiwi Permana

Komunikasi Pemasaran : Gilang Rahadian, Yefri
Business Development : Budi Setyarso

SIRKULASI DAN DISTRIBUSI

Cetak : Iman Sukarnadi, Monica Elisabeth (Sekretaris)

Tempo Komunitas : Joko Prasetyo
Sirkulasi Digital : Prathita Putra

KREATIF PEMASARAN

Penulis : Ali Nur Yasin, Mira Larasati, Hotma Siregar, Abdul Djalal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Desain : Juned Aryo Sembada (Koordinator), Andi Faisal, Jemmi Ismoko, Setiyono

Periset Foto : Lourentius

EP Traffic : Prayogi

5. Alamat Redaksi

Alamat Redaksi : Gedung Tempo, Jl. Palmerah Barat No. 8, Jakarta Selatan 12210, DKI Jakarta, Indonesia

Telp : 62-21-5360409 / 7255625 / 5482132

Fax : 62-21-7206995

Email : redaksi@tempo.co.id
marketing@tempo.co.id¹¹¹

6. Sirkulasi dan Oplah Koran Tempo.co

Koran Tempo merupakan media cetak harian yang terbit dengan 40 halaman, dengan oplah 240.000 eksemplar. Setelah membuat perubahan, dengan memperbaharui format berita dalam bentuk yang lebih padat, sirkulasi Koran Tempo mengalami kenaikan dari 20% menjadi 34%. Adapun lokasi distribusi Koran Tempo meliputi Jabodetabek sebesar 60,7%, Jawa Tengah dan Yogyakarta sebesar 16,21%, Jawa Barat dan Banten sebesar 10,52%, Sulawesi sebesar 6,5%, Sumatra sebesar 23,7%, Kalimantan sebesar 7,9% dan daerah lain sebesar 1,8%.¹¹²

Dalam portal onlinenya di <https://koran.tempo.co/>, Koran Tempo menawarkan fitur yang menarik, yaitu memungkinkan pembaca mengakses compact newspaper dalam bentuk digital. Caranya adalah pembaca dapat membuat akun di situs tersebut, setelahnya kemudian mencari edisi mana yang ingin dibaca. Pembaca cukup memilih edisi tersebut, dan kemudian melakukan transaksi pembayaran dengan kisaran Rp 4000, per korannya. Setelah pembayaran dilakukan, secara otomatis Koran digital akan terkirim ke email pembaca, dan dapat diunduh.

Products, Tempo-Digital Sales. "Tempo - Digital Sales Products." Diakses 28 September 2020. <https://www.tempo.id/about.php>.

"Tentang Kami - Tempo.Co." Diakses 6 Agustus 2020. <https://www.tempo.co/about>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Pemilu

1. Definisi Pemilu

Pemilihan Umum (Pemilu) dapat dikatakan sebagai sebuah aktivitas politik dimana Pemilu merupakan lembaga sekaligus juga praktis politik yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan. Seperti yang telah dituliskan di atas bahwa di dalam negara demokrasi, Pemilu merupakan salah satu unsur yang sangat vital, karena salah satu parameter mengukur demokratis tidaknya suatu negara adalah dari bagaimana perjalanan Pemilu yang dilaksanakan oleh negara tersebut. Demokrasi adalah suatu bentuk pemerintahan oleh rakyat.¹¹³

Menurut Ramlan, Pemilihan Umum diartikan sebagai mekanisme penyeleksian dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercayai (Surbakti, 1992).¹¹⁴ Ketika membicarakan Pemilu, tidak dapat dihindari untuk menguraikan arti penting konsep demokrasi. Keduanya memiliki relasi erat yang tidak dapat dipisahkan pengkajiannya. Peran sentral Pemilu ini terlihat sebagai perwujudan kedaulatan rakyat, maka dalam konstitusi negara UUD 1945 Pasal 1 ayat (2) memberikan jaminan bahwa Pemilu adalah salah satunya cara untuk mewujudkan kedaulatan rakyat. Artinya, Pemilu merupakan pranata wajib dalam pelaksanaan kedaulatan rakyat dan konstitusi memberikan arah dan mengatur tentang prinsip-prinsip dasar Pemilu yang akan dilaksanakan (H.M Soerya, 2013).¹¹⁵

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang- Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, yang dimaksud dengan pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam

¹¹³ Frenki, Jurnal Asas-Asas Dalam Pelaksanaan Pemilihan Umum Di Indonesia Menurut Fiqh Syarah, (Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung), hal. 55.

¹¹⁴ Indarja, Jurnal Perkembangan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di Indonesia: *Masalah-Masalah Hukum*, jilid 47 No. 1, (Fakultas Hukum Universitas Diponegoro), 30 Januari 2018: hal.

¹¹⁵ Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.¹¹⁶

2. Asas Pemilu

Pelaksanaan Pemilu di Indonesia menganut asas “Luber” yang merupakan singkatan dari “Langsung, Umum, Bebas dan Rahasia”. Asas “Luber” sudah ada sejak zaman Orde Baru. Kemudian di era reformasi berkembang pula asas “Jurdil” yang merupakan singkatan dari “Jujur dan Adil”. Adapun yang dimaksud dengan asas “Luber dan Jurdil” dalam Pemilu menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum anggota DPR, DPD dan DPRD, asas Pemilu meliputi:¹¹⁷

- a. Langsung, artinya rakyat pemilih mempunyai hak untuk secara langsung memberikan suaranya sesuai dengan kehendak hati nuraninya tanpa perantara.
- b. Umum, artinya semua WN yang telah berusia 17 tahun atau telah menikah berhak untuk ikut memilih dan telah berusia 21 tahun berhak di pilih dengan tanpa ada diskriminasi (pengecualian).
- c. Bebas, artinya rakyat pemilih berhak memilih menurut hati nuraninya tanpa adanya pengaruh, tekanan atau paksaan dari siapapun/dengan apapun.
- d. Rahasia, artinya rakyat pemilih dijamin oleh peraturan tidak akan diketahui oleh pihak siapapun dan 58 dengan jalan apapun siapa yang dipilihnya atau kepada siapa suaranya diberikan (secret ballot).
- e. Jujur, dalam penyelenggaraan pemilu, penyelenggaraan pelaksana, pemerintah dan partai politik peserta pemilu, pengawas dan pemantau pemilu, termasuk pemilih, serta semua pihak yang terlibat secara tidak langsung, harus bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.
- f. Adil, dalam penyelenggaraan pemilu setiap pemilihan dan partai politik peserta pemilu mendapat perlakuan yang sama serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

¹¹⁶ Ratna Herawati, Kepastian Hukum Pemilu Dalam Pemilu Serentak 2019 Melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, (Universitas Negeri Semarang, Volume 4 Nomor 3 Tahun 2018), h. 3.

¹¹⁷ Frenki, Jurnal Asas-Asas Dalam Pelaksanaan Pemilihan Umum Di Indonesia Menurut Fiqh Syasah, (Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung), hal. 57-58.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pemilu di Indonesia

Pemilihan umum merupakan salah satu bagian dari proses sekaligus hasil dari sebuah sistem demokrasi. Meski demokrasi secara substansial dengan nilai-nilai yang menjunjung tinggi keterbukaan, kebebasan dan hak asasi baru sepenuhnya dijalankan pasca runtuhnya kekuasaan Orde Baru di bawah Presiden Soeharto, Indonesia sendiri sebenarnya telah mengenal Pemilihan Umum pertama sejak tahun 1955 hingga yang terakhir pada 2019 lalu. Pemilihan Umum yang pertama dilaksanakan pada masa Orde Baru ketika Presiden Soekarno menjabat dengan keikutsertaan empat partai besar yakni PNI, NU, PKI dan Masjumi serta beberapa partai kecil lainnya seperti Partai Katholik, Parkindo dan PSII. Setelah masa Pemilu Orde Lama, Pemilu selanjutnya diadakan pada tahun 1971 ketika Orde Baru dengan keikutsertaan sepuluh partai. Setelah serangkain pemilu yang ‘dikuasai’ oleh Orde Baru dengan hanya mengizinkan tiga partai yakni PPP, PDI dan Golkar. Fase reformasi membawa Indonesia pada Pemilu 1999, dimana partai dikembalikan pada fungsi awalnya. Kemudian diadakan kembali pada 2004 dengan perkembangan pada pola pemilihan presiden yang dilakukan secara langsung. Setelah pelaksanaan pemilu dengan sistem pemilihan presiden langsung, maka pada tahun 2009, diadakan kembali sistem pemilu yang sama dengan perbaikan pada beberapa kekurangan pada pemilu sebelumnya. Terakhir, pemilu diadakan pada April 2014 untuk pemilihan legislatif pusat dan daerah dan pada bulan Juli 2014 untuk pemilihan Presiden dengan berbagai perbaikan sebagai hasil dari evaluasi terhadap pemilu sebelumnya termasuk pada 2009 yang ternyata memendam banyak persoalan.¹¹⁸

Sistem pemilu di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Dasar 1945 sebagai landasan utama dan undang-undang lainnya yang lebih terperinci yakni Undang-Undang 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, Undang-Undang 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Undang-Undang 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, Undang-Undang 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (mencakup pemilu kepala daerah), Undang-Undang 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik, Undang-undang 27 Tahun 2009 tentang Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan

¹¹⁸ Farahdiba Rahma Bachtiar, Pemilu Indonesia: Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai Representasi, (Jurnal Politik Profetik Volume 3 Nomor 1 Tahun 2014), h. 7-8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rakyat Daerah. Keseluruhan landasan hukum tersebut mencerminkan sistem demokrasi Indonesia yang telah tertanam dan terus diperbaharui.¹¹⁹

Dalam segi kelembagaan, sistem pemilu di Indonesia ditangani oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU). KPU merupakan lembaga konstitusional yang bekerja secara independen untuk menyelenggarakan pemilihan umum nasional dan lokal sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-Undang No. 15 Tahun 2011. Ketua dan anggota KPU pusat terdiri dari 7 anggota yang dipilih melalui proses seleksi yang ketat dan kemudian dilantik oleh Presiden untuk jangka waktu lima tahun. Begitupula dengan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) yang dipilih melalui proses seleksi dan dilantik oleh presiden dengan keanggotaan pada tingkat nasional sebanyak 5 orang. Mereka bertugas melakukan pengawasan terhadap kinerja KPU dan keseluruhan proses pemilu dari pra hingga pasca.¹²⁰

Secara khusus untuk Pemilu Presiden yang dipilih sebagai kepala negara dan pemerintahan, pemilihan dilakukan pula secara langsung. Dimana calon presiden dapat dipilih sebanyak-banyaknya dua kali untuk jangka waktu masing-masing lima tahun. Calon presiden mendaftarkan diri setelah resmi diusung oleh partai politik. Ketentuannya, sebuah partai politik atau koalisi partai politik baru bisa mengajukan calon untuk pasangan Presiden dan Wakil Presiden jika memenangkan 25 persen suara sah atau memperoleh paling sedikit 20 persen kursi DPR. Oleh karena itu, sebelum Pemilu Presiden diadakan, terlebih dahulu diadakan Pemilu legislatif.¹²¹

4. Pilpres di Indonesia dari Periode ke Periode¹²²

a. Orde Lama Periode 1945-1950

Periode 18 Agustus 1945-15 Agustus 1950 adalah periode berlakunya konstitusi yang disahkan oleh PPKI pada tanggal 18 Agustus 1945. Periode ini dibagi lagi menjadi dua masa, yaitu pertama, antara 18 Agustus 1945-27 Desember 1949 saat negara Indonesia berdiri sendiri, dan kedua antara 27 Desember 1949-15 Agustus 1950 saat negara Indonesia bergabung sebagai negara bagian dari negara federasi Republik Indonesia Serikat.

¹¹⁹ Ibid h. 8.

¹²⁰ Ibid

¹²¹ Ibid

¹²² Maksudi, Beddy Iriawan. *Sistem Politik Indonesia Pemahaman Secara Teoritik dan Empirik*. 2-PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 292-313.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut UUD 1945, lembaga kepresidenan, yang bersifat personal, terdiri atas seorang presiden dan seorang wakil presiden. Lembaga ini dipilih oleh MPR dengan syarat tertentu dan memiliki masa jabatan 5 tahun. Sebelum menjalankan tugasnya lembaga ini bersumpah di hadapan MPR atau DPR.

Pada tanggal 18 Agustus 1945, untuk pertama kalinya, Presiden Soekarno selaku Presiden pertama Republik Indonesia dan wakil Presiden Mohammad Hatta terpilih melalui musyawarah Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia, tepat satu hari setelah beliau menyampaikan Proklamasi Kemerdekaan. Ir. Soekarno terpilih secara aklamasi sebagai Presiden Republik Indonesia yang pertama.¹²³

Pada periode 27 Desember 1949-15 Agustus 1950, RI bergabung dalam negara federasi Republik Indonesia Serikat dengan kedudukan sebagai negara bagian. Hal ini mengakibatkan berlakunya dua konstitusi secara bersamaan di wilayah negara bagian RI, yaitu Konstitusi RIS dan UUD 1945. Pada 27 Desember 1949, Presiden Soekarno telah menyerahkan secara resmi kekuasaan pemerintahan RI kepada Assaat sebagai Pemangku Jabatan Presiden.

b. Periode 1949-1950

Menurut Konstitusi RIS, lembaga kepresidenan yang bersifat personal terdiri atas seorang Presiden. Presiden dipilih oleh Dewan Pemilih (*Electoral College*) yang terdiri atas utusan negara-negara bagian dengan syarat-syarat tertentu. Sebelum menjalankan tugasnya, Presiden bersumpah dihadapan Dewan Pemilih.

Lembaga kepresidenan dalam periode ini hanya berumur sangat pendek. RI dan RIS mencapai kesepakatan pada 19 Mei 1950 untuk kembali ke bentuk negara kesatuan. Pada 15 Agustus 1950, di hadapan sidang DPR dan Senat, diproklamasikan berdirinya negara kesatuan Republik Indonesia menggantikan negara federasi Republik Indonesia Serikat, konstitusi RIS diubah menjadi Undang-Undang Dasar Sementara Republik Indonesia (yang selanjutnya dikenal sebagai UUDS 1950) berdasarkan UU RIS No. 7 Tahun 1950. Pada hari itu juga, Pemangku Jabatan Presiden RI Assaat, menyerahkan secara resmi kekuasaan pemerintahan RI kepada Soekarno sebagai Presiden Republik Indonesia.

¹²³ Indarja. *Perkembangan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di Indonesia*, (Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Jilid 47 No. 1), 30 Januari 2018, hlm. 65.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Periode 1950-1959

Masa republik ketiga adalah periode diberlakukannya konstitusi sementara yang kelak kemudian disebut dengan UUDS 1950. Konstitusi ini sebenarnya merupakan perubahan konstitusi federal. Dari segi materi, konstitusi negara kesatuan Republik Indonesia ini merupakan perpaduan antara konstitusi federal milik negara federasi Republik Indonesia Serikat dengan konstitusi yang disahkan oleh PPKI milik Republik Indonesia, sebagai hasil persetujuan RIS dan RI tanggal 19 Mei 1950.

Lembaga kepresidenan dalam masa republik ketiga tergolong unik. Tokoh yang memegang jabatan presiden pada periode ini merupakan hasil persetujuan dari RIS dan RI pada 19 Mei 1950. Sedangkan tokoh wakil presiden untuk pertama kalinya diangkat oleh presiden dari tokoh yang diajukan oleh DPR [Pasal 45 (4)]. Dari hal-hal tersebut jelas bahwa lembaga kepresidenan (Presiden dan Wakil Presiden) hanya bersifat sementara seiring pemberlakuan konstitusi sementara dan akan berakhir dengan lembaga kepresidenan menurut konstitusi yang akan dibuat.

Dalam perjalanannya jabatan wakil Presiden mengalami kekosongan per 1 Desember 1956 karena wakil Presiden mengundurkan diri. Aturan Pasal 45 ayat (4) tidak lagi dapat digunakan untuk mengisi lowongan tersebut, sedangkan konstitusi tetap maupun UU pemilihan Presiden dan wakil Presiden belum ada. Pada 1958, Presiden sempat berhalangan dan digantikan oleh pejabat Presiden. Kekuasaan lembaga kepresidenan ini otomatis berakhir seiring munculnya dekrit Presiden 5 Juli 1959 dan digantikan dengan lembaga kepresidenan menurut UUD 1945 yang diberlakukan kembali.¹²⁴

d. Periode 1959-1999

Masa republik keempat adalah periode diberlakukannya kembali konstitusi yang disahkan PPKI pada 18 Agustus 1945 dengan sebutan UUD 1945. Secara tepatnya periode ini berlangsung antara 5 Juli 1959-19 Oktober 1999. Dengan diberlakukannya kembali konstitusi ini maka semua kekuasaan, susunan dan kedudukan, tugas dan wewenang, serta hak dan kewajiban lembaga kepresidenan praktis sama dengan periode republik I.

Ada beberapa hal yang menarik dari segi peraturan perundang-undangan dalam periode ini. Menurut Dekrit Presiden yang memberlakukan kembali konstitusi dari republik I, bagian penjelasan

Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konstitusi mendapat kekuatan hukum yang mengikat karena diterbitkan dalam lembaran negara.

Dengan demikian, lembaga kepresidenan tidak hanya diatur dalam pasal-pasal konstitusi, namun juga dalam penjelasan konstitusi. Dengan hadirnya lembaga MPR/MPRS dalam ketatanegaraan republic IV mengundang konsekuensi dengan lahirnya konstitusi semu yang disebut Ketetapan MPR/MPRS.

Ada beberapa hal unik dan menarik pada periode ini. Hal-hal tersebut antara lain, *pertama*, setelah MPRS terbentuk lembaga ini tidak langsung bersidang untuk menetapkan tokoh yang memegang jabatan dalam lembaga kepresidenan yang baru. *Kedua*, pada tahun 1963 MPRS menetapkan ketetapan MPRS yang mengangkat Presiden *incumbent* sebagai Presiden seumur hidup. *Ketiga*, munculnya jabatan “*Pejabat Presiden*” ketika Presiden dimakzulkan di tahun 1967. *Keempat*, penetapan “*Pejabat Presiden*” menjadi Presiden di tahun 1968. *Kelima*, pengisian lembaga kepresidenan sesuai dengan konstitusi baru dilakukan pada tahun 1973, tiga belas tahun setelah MPR (MPRS) terbentuk.

e. Periode 1999-2002

Masa republik kelima adalah periode transisi ketatanegaraan akibat proses perubahan konstitusi “*UUD 1945*” secara fundamental. Secara tepatnya periode ini berlangsung antara 19 Oktober 1999-10 Agustus 2002. Periode ini muncul sebagai akibat dari gelombang *people power* yang dikenal dengan reformasi 1998. Oleh karena perubahan kekuasaan, susunan dan kedudukan, tugas dan wewenang, serta hak dan kewajiban lembaga kepresidenan dilakukan secara bertahap maka pembahasan periode ini dilakukan menurut tahapan perubahan konstitusi.

Beberapa hal yang menjadi catatan dalam periode republik V ini, antara lain, adalah *pertama*, untuk pertama kalinya presiden dipilih oleh MPR dari calon yang berjumlah lebih dari satu orang. *Kedua*, presiden wajib menyampaikan laporan tahunan penyelenggaraan pemerintah kepada MPR.

f. Periode 2002

Masa republik keenam adalah periode diberlakukannya konstitusi yang disahkan PPKI setelah mengalami proses perubahan ketatanegaraan yang fundamental yang dinamakan UUD 1945. Secara tepatnya periode ini dihitung mulai 10 Agustus 2002 sampai terjadinya perubahan yang fundamental terhadap konstitusi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Periode transisi masih mewarnai masa republik VI ini, setidaknya antara tahun 2002-2004. Berbagai peraturan konstitusi semu, yang bernama Ketetapan MPR, yang mengatur lembaga kepresidenan, secara bertahap dinyatakan tidak berlaku oleh pembuatnya sendiri, yaitu MPR, sampai terbentuknya pemerintah hasil pemilu 2004. Selain itu, aturan peralihan Pasal I dan II juga berlaku selama masa transisi ini. Dalam masa transisi ini pula dibuat peraturan UU yang mengatur pemilihan lembaga kepresidenan secara langsung.

g. Pemilu 2004

Mulai tahun 2004, kekuasaan, susunan dan kedudukan, tugas dan wewenang, serta hak dan kewajiban lembaga kepresidenan diatur melalui konstitusi, UU, PP, maupun Perpres. Namun, berbeda dengan lembaga lain yang diatur secara terkonsentrasi dalam sebuah peraturan perundang-undangan (UU, PP, dan Perpres), peraturan mengenai lembaga kepresidenan tidak terdapat dalam satu UU melainkan tersebar dalam berbagai UU, PP, maupun Perpres. Pada tahun 2004, pertama kalinya diadakan pemilihan lembaga kepresidenan secara langsung oleh rakyat.

Pemenang Pilpres 2004 adalah Susilo Bambang Yudhoyono. Pilpres ini dilangsungkan dalam dua putaran, karena tidak ada pasangan calon yang berhasil mendapatkan suara lebih dari 50%. Putaran kedua digunakan untuk memilih presiden yang diwarnai persaingan antara Yudhoyono dan Megawati yang akhirnya dimenangi oleh pasangan Yudhoyono-Jusuf Kalla.¹²⁵

h. Pemilu 2009

Pilpres 2009 diselenggarakan pada 8 Juli 2009. Pasangan Susilo Bambang Yudhoyono-Boediono kembali berhasil menjadi pemenang dalam satu putaran langsung dengan memperoleh suara 60,80%, mengalahkan pasangan Megawati Soekarnoputri-Prabowo Subianto dan Muhammad Jusuf Kalla-Wiranto.¹²⁶

i. Pemilu 2014

Pilpres 2014 diselenggarakan pada 9 Juli 2014. Pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla berhasil menjadi pemenang dalam satu putaran langsung dengan suara sebesar 53,15%, mengungguli pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa.¹²⁷

¹²⁵ Ratna Herawati, *Kepastian Hukum Pemilu Dalam Pemilu Serentak 2019 Melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia*, (Universitas Negeri Semarang, Volume 4 Nomor 3 tahun 2018), h. 3.

¹²⁶ Ibid

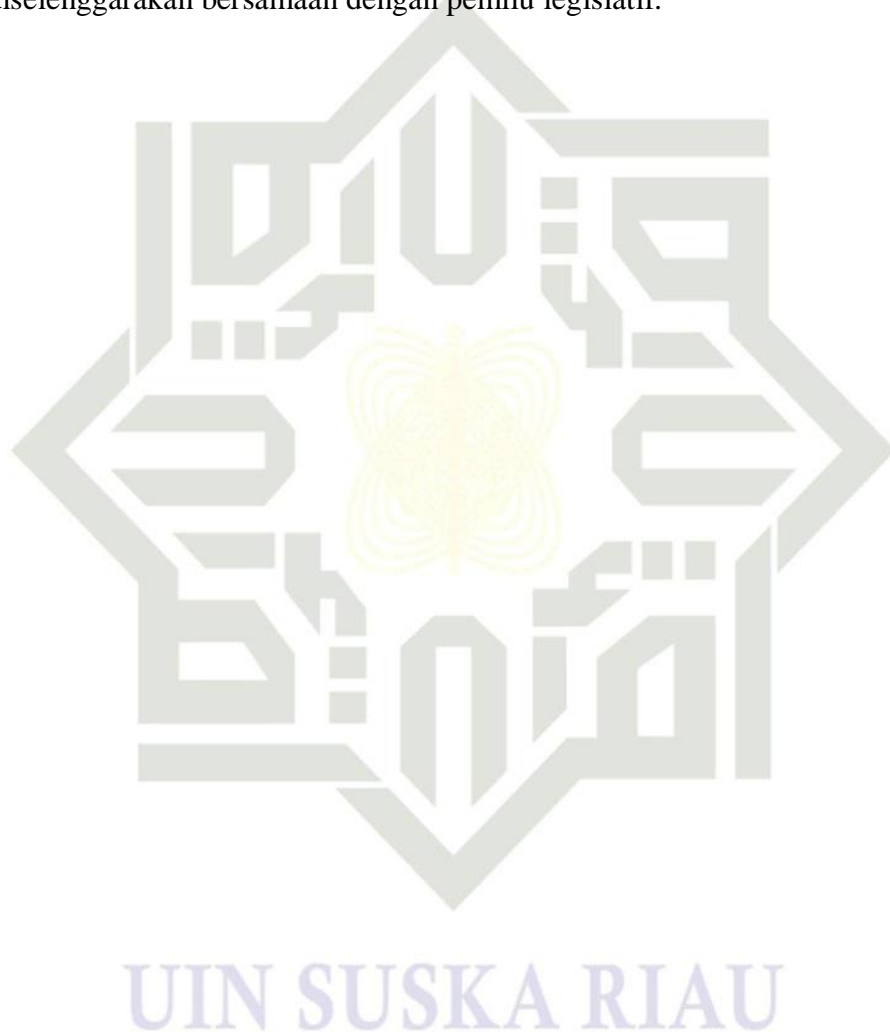
¹²⁷ Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

j. Pemilu 2019

Pemilu 2019 ini sedikit berbeda dengan pemilu sebelumnya, Pilpres 2019 diselenggarakan pada 17 April 2019, diikuti oleh dua pasangan calon presiden dan wakil presiden, yakni Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dengan nomor urut 01 dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dengan nomor urut 02. Pemilihan umum pada tahun ini diselenggarakan bersamaan dengan pemilu legislatif.¹²⁸



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan konsep analisis isi kategori opini/tajuk rencana media dalam menganalisis isi editorial/tajuk rencana pada Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co dengan menggunakan kategori Objektivitas Media dengan Netralitas menurut McQuail. Netralitas dapat diukur berdasarkan empat hal, yaitu *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkages*.

Berdasarkan hasil temuan analisa yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, secara parsial dapat ditarik kesimpulan terkait hasil analisa. Kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Pada penilaian Objektivitas Media dengan Netralitas oleh McQuail, terdapat 4 hal yang menjadi tolak ukur netralitas MediaIndonesia.com dan Tempo.co dalam editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 periode April-Mei 2019. Pertama, *Sensationalism*, MediaIndonesia.com mendapatkan presentase penilaian sebanyak 57% sedangkan Tempo.co mendapatkan 67%. Hasil penelitian menunjukkan masih tingginya tingkat *sensationalism* pada kedua media.
2. Kedua, *Stereotype*, MediaIndonesia.com mendapatkan presentase penilaian sebanyak 22% sedangkan Tempo.co mendapatkan 33%. Hasil penelitian menunjukkan masih tingginya tingkat *sensationalism* pada kedua media.
3. Ketiga, *Juxtaposition*, MediaIndonesia.com mendapatkan presentase penilaian sebanyak 17% sedangkan Tempo.co 0%. Hasil penelitian menunjukkan tingginya tingkat *juxtaposition* pada MediaIndonesia.com dibandingkan Tempo.co.
4. Terakhir, *Linkage*, MediaIndonesia.com mendapatkan presentase penilaian sebanyak 4% sedangkan Tempo.co 0%. Hasil penelitian menunjukkan tingginya tingkat *linkage* pada MediaIndonesia.com dibandingkan Tempo.co.

Berdasarkan hasil analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua media masih mengandung unsur *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition* dan *linkage*. Apabila dalam suatu berita atau editorial mengandung salah satu unsur *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*, maka dapat mempengaruhi netralitas dan objektivitas pada isi berita atau editorial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Netralitas Media Keseluruhan di MediaIndonesia.com dan Tempo.co dalam Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 Periode April-Mei 2019.

Berdasarkan hasil analisa pada BAB 5, skors persentase frekuensi kategori Objektivitas Media dimensi Netralitas oleh McQuail yaitu 88% MediaIndonesia.com dan 12% Tempo.co. Secara general dapat disimpulkan bahwa tingkat kecenderungan editorial pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019, mendapatkan penilaian cenderung **Sangat Tidak Netral** untuk MediaIndonesia.com dan cenderung **Sangat Netral** untuk Tempo.co.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan kesimpulan yang sudah disampaikan, peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. MediaIndonesia.com dan Tempo.co harus lebih memperhatikan masalah Netralitas pemberitaan yang disajikan. Agar tidak mengandung unsur *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage* dalam penyajian sebuah berita atau editorial. Sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang berkualitas dari segi penyajian dan sesuai dengan fakta yang terjadi bukan fakta yang diarahi oleh media.
2. Kepada Tempo.co, tetap pertahankan semua editorial pemberitaan pasca-Pilpres agar tetap tidak mengandung unsur *juxtaposition* dan *linkage*.
3. Kepada MediaIndonesia.com dan Tempo.co agar menurunkan lagi tingkat *sensationalism* dan *stereotype* dalam menyajikan editorial pemberitaan Pemilu (Pilpres).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arifin. (2010). *Opini Publik*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Assegaf, D. H. (1991). *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Damara, C. A. (2017). *Teknik Analisis Isi Berita Basuki Tjahaja Purnama Sebelum dan Sesudah Pilkada DKI Jakarta Putaran II (Analisis Isi Berita di Surat Kabar Media Indonesia dan Republik Periode 13 April-26 April 2017)*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Djuroto, T. (2004). *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dollah, B. (2014). Kecenderungan Isi Tajuk Rencana Surat Kabar: Media Indonesia, Fajar dan Tribun Timur Periode Desember 2013. *Jurnal Pekomnas*, 55-60.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fajrianti, R. (2017). *Netralitas dan Independensi Surat Kabar Harian Lampung Post dan Radar Lampung dalam Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Bandar Lampung Tahun 2015*. Universitas Lampung.
- Iskandar, A. M. (2015). *Kecenderungan Penyajian Isu Politik dalam Berita Harian Kompas Pasca Pelantikan Presiden Jokowi Periode Desember 2014*. *Jurnal Ekonomi dan Sosial*, 15-26.
- Istiqomah. (2012). *Perbandingan Isi Tajuk Rencana Surat Kabar (Analisis Isi Tentang Perbandingan Isi Tajuk Rencana antara Surat Kabar Solopos dan Joglosemar dalam Periode Juni sampai dengan Juli 2011)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Kompas.com. (2019, May 27). *KPU Sebut Partisipasi Pemilih pada Pemilu 2019 Capai 81 persen*. Retrieved September 27, 2020, from <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/27/16415251/kpu-sebut-partisipasi-pemilih-pada-pemilu-2019-capai-81-persen>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Media, Kompas Cyber. (2020, September 01). *Bawaslu Tak Ingin Tajamnya Dinamika Pilpres 2019 Berlanjut di Pilkada*. Retrieved September 27, 2020, from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/01/09473301/bawaslu-tak-ingin-tajamnya-dinamika-pilpres-2019-berlanjut-di-pilkada-2020>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusumaningrat, H. K. (2014). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kuliwari, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Liputan6.com. (2017, January 21). *Kolom Bahasa: Pasca- dan Kebingungan Penulisan Bentuk Terikat*. Retrieved July 14, 2020, from <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2831885/kolom-bahasa-pasca-dan-kebingungan-penulisa-bentuk-terikat>.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth Publishing.
- McQuial, D. (1992). *Media Performance Mass Communication and The Public Interest*. London: SAGA Publication.
- MediaIndonesia.com. (n.d.). *Tentang Kami: Media Indonesia*. Retrieved April 8, 2020, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>
- Muchlis, Y. (2000). *Komunikasi Politik dan Media Massa*. Semarang: Gunung Jati.
- Muhtadi, A. S. (1999). *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktik*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Mursito. (2012). *Realitas Media*. Solo: SmartMedia.
- Musfialdy. (2019). *Independensi Media: Pro-Kontra Objektivitas dan Netralitas Pemberitaan Media*. Jurnal Riset Komunikasi, 21-28.
- Novianna, S. S. (2018). *Keberpihakan Media Cetak Lampung Post dan Tribun Lampung pada Pemberitaan Kampanye Pemilihan Gubernur Lampung Tahun 2018*. Universitas Lampung.
- Panji, Y. (2011). *Pendekatan Kuantitatif, Modul Metode Penelitian Komunikasi*. Univ Mercubuana, FIK.
- Panuju, R. (2001). *Komunikasi Organisasi: Dari Konseptual Teoritis ke Empirik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Pratama, G. F. (2016). *Netralitas Media Terhadap Penetapan Undang-Undang 2014 (Studi Analisis Isi Tentang Netralitas dalam Pemberitaan Penetapan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah 2014 pada Surat Kabar Harian Kompas dan Suara Merdeka Periode 27 September-23 Oktober 2014)*. Universitas Sebelas Maret.
- Pratama, H. R. (2019). *Objektivitas Tempo.co dalam Pemberitaan Joko Widodo (Analisis Isi Kuantitatif Objektivitas Pemberitaan Joko Widodo Sebagai Calon Presiden 2019 Pada Tempo.co Periode Januari 2018-Agustus 2018)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahayu. (2006). *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, Dewan Pers, dan Departemen Komunikasi dan Informasi.
- Ramadhani, P. A. (2017). *Analisis Isi Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua di Surat Kabar Harian Media Indonesia dan Surat Kabar Harian Republika*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rosenstiel, B. K. (2003). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau dan Kedutaan Besar AS.
- Safitri, D. T. (2017). *Sikap Media Nasional Terhadap Isu Keyakinan Beragama dalam Pemilukada DKI 2017 (Analisis Isi Harian Kompas dan Republika Periode 29 November 2016-30 Maret 2017)*. Universitas Islam Indonesia.
- Sary, S. N. (2016). *Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Hukuman Mati Terpidana Narkotika Tahap I dan II Pada Program METRO NEWS di Metro TV*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Subiakto, H. (1990). *Analisis Isi Siaran Berita Nasional Televisi Republik Indonesia*. Surabaya: FISIP UNAIR.
- Sudibyo, A. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKIS.
- Sulhan, M. (2006). Kisah Kelabu di Balik Maraknya Pers Lokal di Kalimantan. *Jurnal Ilmu Sosial dalam Ilmu Politik*, Volume 9 Nomor 3.
- Sumadiri, H. (2014). *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita & Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Supartinah. (2014). *Netralitas Media Massa Terhadap Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah 2013 (Analisis Isi Berita Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah di Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas) PERIODE 11 APRIL-26 MEI 2013*. Universitas Sebelas Maret.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syahid, B. (2019, November 10). *Pengertian Teks Editorial: GuruPendidikan.com*. Retrieved from GuruPendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/teks-editorial/>

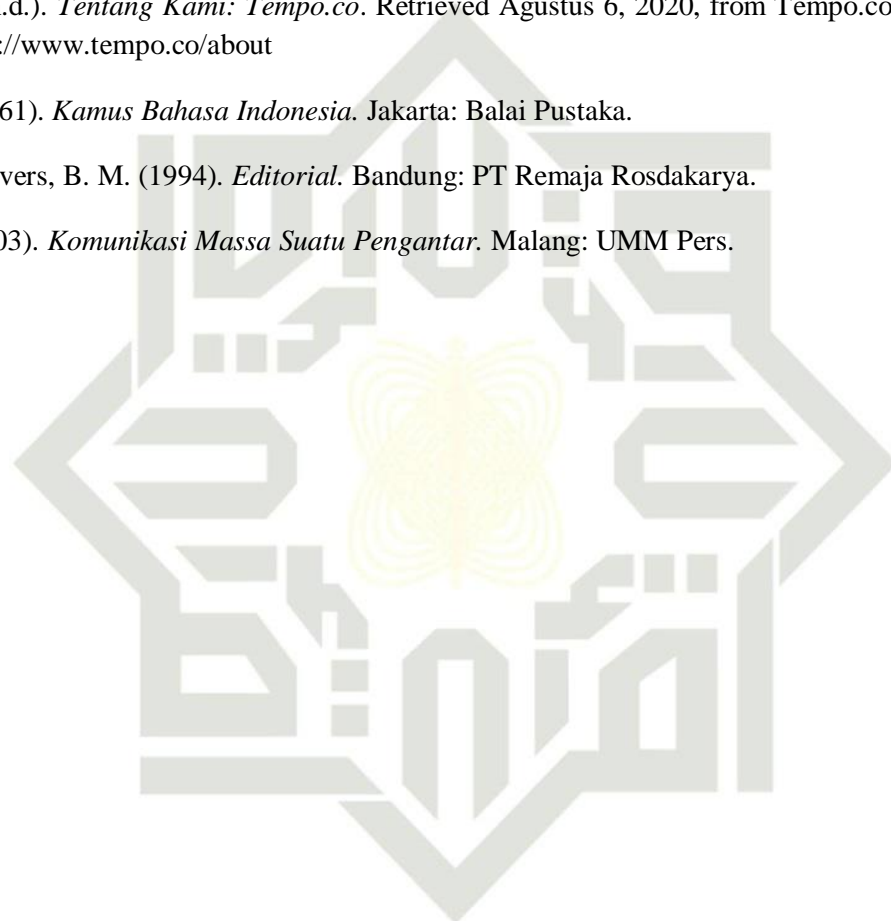
Tempo. (n.d.). *Tempo - Digital Sales*. Retrieved September 23, 2020, from <https://www.tempo.id/corporate.php#sejarah>

Tempo.co. (n.d.). *Tentang Kami: Tempo.co*. Retrieved Agustus 6, 2020, from Tempo.co: <https://www.tempo.co/about>

W.J.S, P. (1961). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

William L Rivers, B. M. (1994). *Editorial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Winarni. (2003). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Malang: UMM Pers.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

**Lembar Koding Objektivitas Media Kategori Netralitas McQuail Editorial
Pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan
Tempo.co Periode April-Mei 2019**

Nama Coder :

Nama Media :

Edisi Hari/Tanggal :

Judul Editorial :

Kategori	Unit Analisis	Sub Unit Analisis	Pilihan Jawaban
Objektivitas Media (Netralitas McQuail)	1. Sensationalism	a. Adanya personalisasi (aktor atau sumber yang ditampilkan paling dominan)	a. Ya b. Tidak
		b. Adanya Emosionalisme (adanya penonjolan aspek emosi dibandingkan aspek logis rasional)	a. Ya b. Tidak
		c. Adanya dramatisasi (penyajian berita secara hiperbolik)	a. Ya b. Tidak
	2. Stereotype	Adanya pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok dalam penyajian sebuah berita.	a. Ya b. Tidak
	3. Juxtaposition	Adanya perbandingan dua hal yang tidak sebanding untuk memunculkan efek dramatisasi dalam sebuah pemberitaan	a. Ya b. Tidak
	4. Linkage	Membandingkan dua hal yang tidak relevan menjadi seakan memiliki hubungan sebab akibat	a. Ya b. Tidak

Hasil Koding Objektivitas Media Kategori Netralitas McQuail Editorial Pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com

Coder 1: Melba Ferry Fadly

Coder 2: Dinda Oktavia P.

No.	Judul Editorial	Unit Analisis	Indikator	Coder 1	Coder 2
1.	Kemenangan Optimisme	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	A	A
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	A	A
		Linkage	-	B	B
2.	Pemilu Serentak Harus Dievaluasi	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
3.	Kalah Bersaing Survei Dibelah	Sensationalism	Personalisasi	A	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
4.	Optimistis Menatap Industr 4.0	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
5.	Menuju Pemilu E-Voting	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	A	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
6.	Media Asing Tempat Curhat	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	A	A

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Linkage	-	B	B
7.	Tidak Siap Kalah Massa Dikerahkan	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
8.	Membatasi Gerak Bandit Politik	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	A	A
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
9.	Teroris, Demo, dan Hasil Pemilu	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
10.	Presiden untuk Semua	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	A	A
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	A	A
		Linkage	-	A	A
11.	Tiada Ruang untuk Perusuh	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	A	A
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
12.	MK Membutuhkan Bukti Bukan Narasi	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	A	A
		Linkage	-	B	B

Hasil Koding Objektivitas Media Kategori Netralitas McQuail Editorial Pemberitaan pasca-Pilpres 2019 di Harian Tempo.co

Coder 1: Melba Ferry Fadly

Coder 2: Dinda Oktavia P.

No.	Judul Editorial	Unit Analisis	Indikator	Coder 1	Coder 2
1.	Peringatan bagi Jokowi	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
2.	Meraba Peta di Senayan	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
3.	Lalai Hitung Komisi Pemilihan Umum	Sensationalism	Personalisasi	A	A
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	A
		Stereotype	-	A	A
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
4.	Membenahi Pemilu Serentak	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
5.	Propoganda Kecurangan Pemilu	Sensationalism	Personalisasi	A	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
6.	Langkah Sembrono Menteri Wiranto	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Linkage	-	B	B
7.	Politik Jalan Buntu Prabowo	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
8.	Main Tangkap Penyeru Makar	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
9.	Bijak Menjelang 22 Mei	Sensationalism	Personalisasi	A	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	A	B
		Stereotype	-	A	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
10.	Setekah Jokowi Menang Lagi	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	A	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
11.	Prabowo, Bertanggung-jawablah!	Sensationalism	Personalisasi	A	B
			Emosionalisme	A	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B
12.	Investigasi Kerusuhan 21-22 Mei	Sensationalism	Personalisasi	B	B
			Emosionalisme	B	B
			Dramatisasi	B	B
		Stereotype	-	B	B
		Juxtaposition	-	B	B
		Linkage	-	B	B

Contoh Kalimat atau Kata Mengandung Sensationalism, Stereotype, Juxtaposition dan Linkage pada MediaIndonesia.com

No.	Tanggal & Judul	Indikator	Kalimat/Kata
1.	Kamis, 18 April 2019 'Kemenangan Optimisme'	Sensationalism: Emosionalisme	Lebih dalam lagi kemenangan ini ialah kemenangan optimism di tengah narasi-narasi pesimistis yang terus ditebar dan secara tidak langsung telah membuat wajah bersinar bangsa ini menjadi wajah yang memburam.
		Stereotype	Kaum pesimis
2.	Selasa, 23 April 2019 'Kalah Bersaing Survei Dibela'	Stereotype	Kubu pengadu, para pengasut
3.	Rabu, 24 April 2019 'Optimistis Menatap Industri 4.0'	Sensationalism: Personalisasi	Salah satu fokusnya, seperti acap diungkapkan Presiden Joko Widodo, ialah mendongkrak kualitas sumber daya manusia (SDM) Indonesia agar tetap dapat menjadi bagian penting dari industry meskipun robot-robot sudah mengambil alih sebagian tugas manusia. Jokowi yakin selain kesiapan infrastruktur, SDM merupakan kunci Indonesia menghadapi revolusi industry keempat. Karena itu, Jokowi tak ragu memasukkan penguatan SDM dakan kerangka dasar APBN 2020.
4.	Rabu, 8 Mei 2019 'Media Asing Tempat Curhat'	Sensationalism: Personalisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Akan tetapi, narasi kecurangan pemilu sudah diungkapkan kubu 02 jauh-jauh hari sebelum pesta demokrasi itu digelar. - Ada kesan yang ingin didapat bahwa kubu 02 hanya bisa dikalahkan kecurangan. - Ujian terhadap kubu 02 kini datang dari Partai Demokrat yang turut mendukung Prabowo. - Kubu 02 hendaknya mampu mengelola persoalan internal koalisi.
		Sensationalism: Dramatisasi	Di sinilah kematangan demokrasi bangsa ini diuji. Demokrasi itu menyelesaikan oerbadaan dengan cara beradab, bukan memakai cara-cara premanisme yang berujung anarki.
		Stereotype	Kubu 02 hendaknya mampu mengelola persoalan internal koalisi. Akan tetapi, tudingan Partai Demokrat bahwaklaime kemenangan 62% tanpa basis data akurat perlu diklarifikasi secara terbuka di ruang public.
5.	Kamis, 9 Mei 2019 'Tidak Siap Kalah Massa Dikalahkan'	Sensationalism: Dramatisasi	Siap kalah pemanis bibir belaka karena jauh-jauh hari sudah bersiap mengerahkan massa jika kalah.
		Stereotype	Hanya pecundang yang menempuh jalur inkonstitusional.
6.	Sena, 13 Mei 2019 'Membatasi Gerak Bandit Politik'	Sensationalism: Emosionalisme	Jangan karena ambisi politik sesaat, mereka tidak peduli dengan generasi penerus yang sedang bertugas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Sensationalism: Dramatisasi	Makar yang bertujuan menumbangkan pemerintahan yang sah tentu saja berpotensi memecah belah bangsa. Oleh sebab itu, aparat penegak hukum tidak boleh ragu-ragu, pelaku makar harus ditindak demi melindungi rakyat.
Seni, 20 Mei 2019 'Teroris, Demo, dan Hasil Pemilu'	Sensationalism: Dramatisasi	Persoalan utama bangsa ini pada hari-hari ini ialah justru para pemimpin politik yang menggagas people power yang kemudian berganti nama menjadi gerakan kedaulatan rakyat. Hakikatnya tetap sama, mengerahkan massa untuk menolak hasil pemilu.
	Stereotype	Terus terang, telah pupus harapan terhadap pasangan capres-cawapres yang sudah ngebet kekuasaan untuk menghentikan demonstrasi.
	Sensationalism: Emosionalisme	Semua pihak dapat meneruskan kembali tujuan dari proses pemilu dan demokrasi, yaitu bergotong royong membangun kesejahteraan bangsa demi kemajuan NKRI. Bukan sebaliknya, malah merusak iklim demokrasi yang sudah terbangun dan telah diakui dunia.
Rabih, 22 Mei 2019 'Presiden untuk Semua'	Juxtaposition	Karena itulah, narasi-narasi people power yang diprovokasikan selama ini tidak lagi memiliki relevansi, telah kehilangan pijakannya. Hanya MK yang berwenang untuk menyatakan hasil pemilu berubah atau tidak.
	Linkage	Jokowi-Ma'ruf Amin menyatakan bersyukur atas pemilu yang terselenggara jujur dan adil. Sebaliknya, kubu Prabowo-Sandi berkukuh tidak menerima hasil rekapitulasi suara tersebut karena menganggap ada banyak indikasi kecurangan.
	Sensationalism: Personalisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Sebab itu, tepat pernyataan Presiden Joko Widodo dalam merespons unjuk rasa yang berujung kerusuhan di Ibu Kota, kemarin. - Pada situasi itulah, amatlah tepat sikap yang ditunjukkan Presiden Jokowi sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan. - Presiden menekankan tidak akan memberikan ruang bagi para perusuh yang berniat merusak negara.
Karnis, 23 Mei 2019 'Tiada Ruang untuk Perusuh'	Sensationalism: Dramatisasi	Berulang kali melalui forum ini kita mengingatkan pentingnya kedewasaan dalam berdemokrasi. Kita berulang kali pula mengingatkan pentingnya menghindari demonstrasi untuk memprotes proses dan hasil pemilu karena sangat berpotensi ditunggangi pihak-pihak yang ingin negara ini kacau.
	Sensationalism: Emosionalisme	Sulit dibantah, aksi kekerasan berkedok demonstrasi yang berujung kerusuhan itu tak lepas dari tangan-tangan jahat para perusuh. Mereka sengaja memanfaatkan kumpulan massa untuk

		menciptakan instabilitas.
	Stereotype	Para perusuh, para pengacau
1. Senin, 27 Mei 2019 'MK Membutuhkan Bukti bukan Narasi'	Sensationalism: Personalisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Disebut penentu karena kubu Prabowo Subianto-Sandiaga Uno mendaftarkan sengketa perselisihan hasil pilpres ke MK pada Jumat (24/5). - Kubu Prabowo-Sandi mestinya menyiapkan data, bukan narasi, untuk membuktikan tuduhan kecurangan yang dilakukakn kubu Joko Widodo-Ma'ruf Amin. - Kubu Prabowo-Sandi tetap mencoba peruntungan di MK dengan membawa bukti yang sebagiannya sudah ditolak Bawaslu.
	Juxtaposition	MK merupakan salah satu lembaga negara yang melakukan kekuasaan kehakiman yang merdeka untuk menyelenggarakan peradilan guna menegakkan hokum dan keadilan. Karena itu, tidak tepat menyebut MK sebagai bagian dari rezim yang korup.

Contoh Kalimat atau Kata Mengandung Sensationalism, Stereotype, Juxtaposition dan Linkage pada Tempo.co

No.	Tanggal & Judul	Indikator	Kalimat/Kata
1.	Rabu, 15 Mei 2019 'Main Tangkap Penyeru Malar'	Stereotype	Pentolan people power
2.	Senin, 20 Mei 2019 'Bijak Menjelang 22 Mei'	Sensationalism: Personalisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kubu Prabowo-Sandi menuduh kecurangan pemilu yang sistematis, masif, dan terstruktur. - Sayangnya, mereka juga menyatakan tidak akan mempersoalkan hasil pemilihan ke Mahkamah Konstitusi, lembaga yang diatur konstitusi untuk menangani permasalahan itu.
3.	Kamis, 23 Mei 2019 'Prabowo, Bertanggung-jawablah!'	Sensationalism: Dramatisasi	Sikap Prabowo jelas menunjukkan bahwa dia tidak siap kalah. Kubu Prabowo malah terus melontarkan tudingan yang hendak mendelegitimasi pemilu mereka menuduh sejumlah anggota kelompok penyelenggara pemungutan suara meninggal karena diracun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS ISI EDITORIAL PEMBERITAAN PASCA-PILPRES 2019 DI
HARIAN MEDIAINDONESIA.COM DAN TEMPO.CO PERIODE APRIL-
MEI 2019**

Disusun Oleh :

Nama : Dinda Oktavia Parawansyah

Nim : 11643201403

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 28 Juni 2021

Pembimbing



Dr. Elfiandri, M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/9224/2019 Pekanbaru, 30 Rabiul Akhir 1441 H
Sifat : Biasa 27 Desember 2019 M
Lampiran : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Dinda Oktavia Parawansyah**

Kepada Yth.

Dr. Elfiandri, M.Si

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Dinda Oktavia Parawansyah** NIM. 11643201403 dengan judul "**Analisis Isi Editorial Tentang Politik Pasca-Pemilu Periode April-Juli 2019 di Surat Kabar Media Indonesia**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam



Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Komunikasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP



Dinda Oktavia Parawansyah. Dilahirkan di Tandun, Riau, pada tanggal 9 Oktober 1998. Anak pertama dari tiga bersaudara. Adik pertama bernama Dwinanda Rachmadina dan adik kedua bernama Adiba Shakila Afsheen. Putri dari pasangan M. Yazied dan Rahmawati Sari. Saat ini penulis bertempat tinggal di rumah sepupunya di Jalan Eka Tunggal, Purwodadi, Panam, Kota Pekanbaru.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 024 Kasikan, mulai tahun 2004 dan lulus tahun 2010. Lalu penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Tandun, mulai tahun 2010 hingga lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMK Negeri 3 Pekanbaru pada tahun 2013 dan lulus pada tahun 2016. Setelah lulus dari bangku sekolah menengah atas, penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dawah dan Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Terhitung sejak tahun 2016 hingga penyusunan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswi Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, UIN SUSKA Riau. Selama menempuh pendidikan di bangku kuliah, penulis telah menyelesaikan program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di sebuah instansi yang bergerak pada bidang media online yakni Bertuahpos.com.

Penulis menulis skripsi dengan judul “**Analisis Isi Editorial Pemberitaan Pasca-Pilpres 2019 di Harian MediaIndonesia.com dan Tempo.co Periode April-Mei 2019**”. Selama penulisan skripsi penulis dibimbing oleh Bapak Dr. Elfiandri, M.Si. Sedang selama kuliah di UIN SUSKA Riau penulis dibimbing oleh Penasehat Akademik yaitu Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si. Sidang skripsi (sidang munaqasyah) penulis terlaksana pada 23 September 2021.